

## ANEXO I

### 1. Formación en el centro educativo:

#### a) Módulos profesionales asociados a la competencia.

#### Módulo profesional 1: PRODUCCIÓN Y VENTA DE SERVICIOS TURÍSTICOS EN AGENCIAS DE VIAJES

**Duración: 160 horas**

##### CAPACIDADES TERMINALES

##### CRITERIOS DE EVALUACIÓN

- |  |   |
|--|---|
| <p>1.1. Analizar los diferentes tipos de agencias de viajes, los servicios que prestan y los productos/servicios que venden en el marco de la oferta turística global.</p> | <ul style="list-style-type: none"><li>• Analizar, con carácter general, las agencias de viajes, describiendo su evolución histórica y justificando su función en el mercado turístico.</li><li>• Clasificar las agencias de viajes de acuerdo con criterios legales y funcionales.</li><li>• Diferenciar y describir los servicios y productos turísticos y de viajes cuyos derechos de uso sean susceptibles de venderse por intermediación.</li></ul> |
| <p>1.2. Analizar las motivaciones de la demanda del mercado turístico para estimar su evolución.</p>   | <ul style="list-style-type: none"><li>• Describir las variables que orientan los cambios en las motivaciones de la demanda turística.</li><li>• Explicar las motivaciones de la demanda nacional e internacional en el mercado turístico actual y su previsible evolución.</li><li>• Distinguir los criterios que determinan el interés turístico de un producto o destino, en función de su demanda.</li></ul>   |
| <p>1.3. Analizar los principales productos y destinos turísticos nacionales y la estructura de la oferta turística española.</p>   | <ul style="list-style-type: none"><li>• Identificar y describir los principales productos y destinos turísticos del mercado español.</li><li>• Describir la potencialidad turística de los productos y destinos anteriormente identificados, caracterizándola adecuadamente.</li><li>• Relacionar las motivaciones de la demanda con los productos y destinos turísticos españoles.</li></ul>   |
| <p>1.4. Analizar los principales productos y destinos turísticos internacionales y la estructura de la oferta turística internacional.</p>                                 | <ul style="list-style-type: none"><li>• Identificar y describir los principales productos y destinos turísticos del mercado internacional.</li></ul>  |

1.5. Analizar los procesos de asesoramiento y de venta de derechos de uso de servicios turísticos y viajes y aplicar las técnicas y procedimientos de identificación y acopio de información, construcción de tarifas, reservas y emisión de documentación adecuadas.

- Describir la potencialidad turística de los productos y destinos anteriormente identificados, caracterizándola adecuadamente.
- Relacionar las motivaciones de la demanda española con los productos y destinos turísticos identificados.
- Identificar y seleccionar la información necesaria para el asesoramiento sobre servicios turísticos y de viajes y para la venta de sus derechos de uso manejando los soportes informativos más usuales en las agencias de viajes, tanto manuales como mecanizados.
- En supuestos prácticos de construcción de tarifas:
  - . Determinar tarifas para cualquier medio de transporte, tanto para trayectos nacionales como internacionales, aplicando las normas legales y las establecidas por los supuestos proveedores, y calculando correctamente el precio final.
  - . Reconstruir la tarifa de transporte aplicando las reglas y/o sanciones oportunas al respecto si las condiciones iniciales de cálculo varían.
- En supuestos prácticos de reservas de derechos de uso de servicios turísticos y de viajes:
  - . Justificar el procedimiento, técnicas y datos necesarios para las reservas según la naturaleza del prestatario y el tipo de servicio.
  - . Seleccionar los medios de comunicación que se deben utilizar para formalizar las reservas.
  - . Redactar las solicitudes de reservas.
  - . Formalizar la documentación específica que acredite el derecho de uso de los servicios/productos contratados.
- A partir de la definición de determinadas demandas de asesoramiento o venta sobre derechos de uso de servicios turísticos y de viajes:
  - . Seleccionar las fuentes de información adecuadas.
  - . Extraer de dichas fuentes las informaciones/sugerencias que mejor se ajusten a la demanda definida, planteando diversas

alternativas.

- . Justificar las técnicas de venta aplicables a la situación planteada.
- . Argumentar la opción más adecuada para los intereses de la supuesta Agencia de Viajes y de la supuesta demanda.

1.6. Analizar el proceso de programación de conjuntos complejos de servicios turísticos (viajes combinados y realización de eventos), identificando y caracterizando las técnicas, las operaciones, las fases y los parámetros de operación y control, y definiendo los resultados que deben obtenerse.

- Explicar el proceso de programación caracterizando las fases más importantes:
  - . Selección de fuentes de información.
  - . Diseño del itinerario.
  - . Selección de servicios.
  - . Negociación con proveedores.
  - . Elaboración de presupuesto.
  - . Presentación del producto.

y los resultados que deben obtenerse.

- En supuestos prácticos de elaboración de viajes combinados y programación de eventos, y definida la demanda a que se destinan:
  - . Identificar la legislación aplicable.
  - . Considerar y seleccionar posibles itinerarios y características del viaje combinado.
  - . Considerar y seleccionar los servicios que forman parte del producto que se elabora.
  - . Seleccionar, a partir de los datos proporcionados, los prestatarios y cotizaciones de servicios que ofrezcan una mejor relación calidad/precio.
  - . Elaborar el presupuesto determinando costes, retribuciones a minoristas, márgenes de beneficio, precios de venta, umbrales de rentabilidad y/u otros factores económicos de interés.
  - . Proponer las características de presentación del producto elaborado, para diseñar su oferta final.

1.7. Aplicar técnicas de organización y control de conjuntos complejos de prestaciones

- Definidos supuestos viajes combinados y/o los actos, desarrollo, servicios y ofertas

turísticas.

complementarias de supuestas reuniones, congresos o eventos en general:

- . Establecer las necesidades de medios humanos y materiales para el correcto desarrollo de la operación de estos conjuntos complejos de prestaciones de servicios turísticos y complementarios.
- . Programar las tareas que se deberán ejecutar para el desarrollo de la operación, secuenciándolas adecuadamente, determinando su asignación a los medios personales previamente definidos y elaborando las listas de comprobación que permitan su seguimiento y control.
- . Formalizar los documentos apropiados para asegurar las prestaciones por parte de los proveedores de servicios.
- . Deducir los controles necesarios para asegurar la correcta operación de los conjuntos complejos de servicios turísticos y complementarios y el cumplimiento de las acciones programadas, justificando las medidas correctivas adecuadas ante determinadas desviaciones.

1.8. Analizar los diferentes tipos de relaciones funcionales, contractuales y profesionales que mantienen las agencias de viajes con los diferentes proveedores de servicios turísticos e identificar y aplicar las técnicas de negociación y comunicación idóneas.

- Diferenciar y explicar las relaciones funcionales y contractuales que habitualmente mantienen los proveedores de servicios turísticos y de viajes con las agencias de viajes, identificando la normativa reguladora de tales relaciones.
- Describir las situaciones y relaciones profesionales que tienen lugar entre el personal de las agencias de viajes y los profesionales o representantes de los proveedores de servicios, clasificando por categorías los tipos de comportamiento habitual que se derivan de situaciones de negociación, contratación y/o conflicto.
- Identificar las técnicas de negociación, estimando su aplicación a diferentes situaciones y relaciones con proveedores de servicios turísticos y de viajes.
- Describir distintas situaciones en las que, habitualmente, pueden darse conflictos con los proveedores de servicios o sus representantes.
- Describir técnicas de comunicación verbal y

no verbal y habilidades sociales, relacionándolas con las situaciones analizadas.

- En supuestos prácticos de relaciones interpersonales con proveedores de servicios o sus representantes:
  - . Aplicar las técnicas de negociación y comunicación adecuadas, gestionando el tiempo eficientemente.
  - . Simular la resolución de conflictos entre las partes por medio de una solución de consenso, demostrando una actitud segura, correcta y objetiva.

1.9. Aplicar las técnicas de venta y de atención al cliente en función de los tipos de consumidores y de las características de los productos y servicios turísticos.

- Identificar los diferentes tipos de clientes, describiendo sus hábitos y su comportamiento en la compra.
- Identificar las diferentes técnicas de venta de servicios turísticos y asociar la aplicación de cada una de ellas a los diferentes tipos de clientes, agencias y productos.
- Distinguir los tipos de demanda de información y asesoramiento más usuales que se dan en las agencias de viajes.
- Estimar distintas situaciones en las que, habitualmente, se formulan reclamaciones o pueden darse situaciones de conflicto con los clientes.
- Describir las técnicas de comunicación verbal y no verbal y habilidades sociales, relacionándolas con las situaciones analizadas.
- Identificar la legislación vigente aplicable en materia de protección de consumidores y usuarios.
- En supuestos prácticos de demanda de información, solicitud de compra y/o presentación de reclamaciones:
  - . Identificar las necesidades del supuesto cliente, asesorarle claramente sobre su demanda y darle un trato correcto.
  - . Proponer, a supuestos clientes, destinos, productos y/o servicios turísticos que se adapten a sus expectativas y posibilidades económicas.
  - . Aplicar las técnicas de venta y comunica-

ción apropiadas, gestionando el tiempo eficientemente.

- . Ante la formulación de supuestas quejas o reclamaciones, simular la resolución de conflictos entre las partes por medio de una solución de consenso, demostrando una actitud segura, correcta y objetiva.
- . Determinar cuándo procede el registro de la consulta y/o reclamación presentada.

## **CONTENIDOS:**

### **1.- LAS AGENCIAS DE VIAJES:**

- 1.1.- Definición.
- 1.2.- Evolución histórica.
- 1.3.- Justificación de sus funciones.
- 1.4.- Clasificación funcional y legal.
- 1.5.- Los servicios/productos de las agencias de viajes.
- 1.6.- Legislación aplicable.

### **2.- ESPAÑA COMO PRODUCTO TURÍSTICO:**

- 2.1.- Las motivaciones y las corrientes turísticas en España.
- 2.2.- Los mercados turísticos.
- 2.3.- Criterios de clasificación de recursos turísticos.
- 2.4.- Un destino multiproducto:
  - . Turismo de sol y playa.
  - . Turismo urbano.
  - . Turismo cultural.
  - . Turismo itinerante: grandes rutas turísticas.
  - . Turismo rural.
  - . Turismo ecológico: zonas protegidas.
  - . Turismo de aventura.
  - . Turismo deportivo.
  - . Turismo náutico.
  - . Turismo de congresos, exposiciones y ferias.
  - . Turismo de salud.
  - . Turismo de invierno.
  - . Turismo joven.
  - . Otros recursos turísticos.

### **3.- DESTINOS TURÍSTICOS INTERNACIONALES:**

3. 1.- Destinos de sol y playa.
3. 2.- Destinos urbanos.
3. 3.- Destinos culturales.
3. 4.- Grandes rutas turísticas.
3. 5.- Destinos de turismo rural.
3. 6.- Destinos de turismo ecológico.
3. 7.- Destinos de turismo de aventura y riesgo.
3. 8.- Destino de turismo náutico.

- 3.9.- Destino de turismo de salud.
- 3.10.- Destinos turísticos de invierno.
- 3.11.- Destinos de turismo joven.
- 3.12.- Circuitos profesionales y de negocios.
- 3.13.- Otros recursos turísticos internacionales.

**4.- PRODUCTOS TURÍSTICOS NACIONALES E INTERNACIONALES SEGÚN MEDIOS DE TRANSPORTE:**

- 4.1.- Elección de medio de transporte.
- 4.2.- Grandes rutas terrestres europeas.
- 4.3.- Trenes turísticos.
- 4.4.- Cruceros fluviales y marítimos.

**5.- LAS FUENTES DE INFORMACIÓN EN LAS AGENCIAS DE VIAJES:**

- 5.1.- Fuentes manuales y mecanizadas.
- 5.2.- Fuentes internas y externas.
- 5.3.- Análisis de la información.

**6.- MEDIOS DE TRANSPORTE Y CONSTRUCCIÓN DE TARIFAS:**

- 6. 1.- Normativa reguladora.
- 6. 2.- Clasificación y tipos.
- 6. 3.- Aeropuertos. Puertos. Estaciones.
- 6. 4.- Estudio del material móvil.
- 6. 5.- Tarifas. Concepto y tipos. Construcción de tarifas.
- 6. 6.- El trayecto: tipos de viajes.
- 6. 7.- Tarifas especiales, descuentos y subvenciones. Su compatibilidad.
- 6. 8.- Impuestos y tasas.
- 6. 9.- El equipaje.
- 6.10.- El tratamiento de la moneda en viajes internacionales.
- 6.11.- Modificaciones y anulaciones de viajes.

**7.- LEGISLACIÓN SOBRE VIAJEROS EN TRÁNSITO Y ADUANAS:**

- 7.1.- Normas comunitarias, estatales y autonómicas.
- 7.2.- Divisas, cambio, cupos y trámites aduaneros.
- 7.3.- Derechos de viajero.
- 7.4.- Seguros de viajes.
- 7.5.- Prestaciones y normativa internacional.
- 7.6.- Consulados y embajadas.

**8.- LAS RESERVAS Y SU GESTIÓN:**

- 8.1.- Concepto. Tipos. Procedimientos.
- 8.2.- Contrato de reservas.
- 8.3.- Procedimientos. Confección de diagramas.
- 8.4.- Medios de comunicación en la gestión de las reservas.
- 8.5.- Manejo de software específico.

**9.- EMISIÓN DE DOCUMENTOS ACREDITATIVOS DEL DERECHO DE USO DE SERVICIOS TURÍSTICOS Y DE VIAJES:**

- 9.1.- Tipos de documentos: billetes, bonos, otros.
- 9.2.- Composición.
- 9.3.- Normas de emisión. Reemisión.
- 9.4.- Valoración.
- 9.5.- Circuito interno.

**10.- PLANIFICACIÓN, ORGANIZACIÓN, OPERACIÓN Y CONTROL DE CONJUNTOS COMPLEJOS DE SERVICIOS TURÍSTICOS:**

- 10.1.- Viajes combinados. Definición. Tipos.
- 10.2.- Eventos. Tipos.
- 10.3.- Fases y procedimientos en la creación del producto/prestación del servicio:
  - . Planificación/Elaboración.
  - . Organización.
  - . Operación y control.

**11.- ORGANIZACIÓN Y PROMOCIÓN DE VIAJES EN ANDALUCÍA COMO NÚCLEO RECEPTOR:**

- 11.1.- Rutas turísticas andaluzas.
- 11.2.- Creación de mapas de las fiestas de Andalucía y su calendario.



- 11.3.- La gastronomía andaluza.
- 11.4.- Las comunicaciones en Andalucía.

**12.- ATENCIÓN AL CLIENTE. VENTA DE SERVICIOS. NEGOCIACIÓN CON PROVEEDORES:**

- 12.1.- Técnicas de comunicación aplicadas.
- 12.2.- Habilidades sociales aplicadas a:
  - . Información y venta en agencias de viajes.
  - . Negociación de proveedores.
  - . Operaciones de conjuntos complejos de servicios turísticos.
- 12.3.- Técnicas de protocolo e imagen personal.
- 12.4.- Técnicas y procesos de negociación con proveedores. Relación convencional, negocial y jurídica.
- 12.5.- Tipos de clientes y su tratamiento.
- 12.6.- Técnicas y procesos de venta directa.
- 12.7.- La protección de consumidores y usuarios en España y en la Comunidad Económica Europea.
- 12.8.- Tratamiento de quejas.
- 12.9.- Reclamaciones y denuncias ante las agencias de viajes y otras empresas turísticas.

**Módulo profesional 2: GESTIÓN ECONÓMICO-ADMINISTRATIVA EN AGENCIAS DE VIAJES**

**Duración: 96 horas**

CAPACIDADES TERMINALES	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
<p>2.1.Registrar operaciones contables propias de las agencias de viajes, atendiendo a los Principios Generales de la Contabilidad y a las normas propuestas en el Plan General Contable vigente.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Justificar la importancia de la Contabilidad como instrumento de apoyo de la gestión económica de las empresas en general y de las agencias de viajes en particular.</li> <li>• Identificar y describir los elementos patrimoniales propios de las agencias de viajes, proponiendo planes de cuentas ajustados al Plan General Contable vigente.</li> <li>• Identificar los hechos contables más usuales que se producen en las agencias de viajes, seleccionando y adecuando los documentos justificativos de los mismos.</li> <li>• En supuestos prácticos, y a partir de la entrega de una serie de datos:           <ul style="list-style-type: none"> <li>. Desarrollar el proceso contable básico aplicando las normas propuestas en el Plan General Contable.</li> <li>. Determinar los resultados económicos parciales y/o finales que correspondan a un período de tiempo determinado.</li> </ul> </li> </ul>
<p>2.2.Analizar y aplicar sistemas y procedimientos de gestión de registros válidos para diferentes tipologías de agencias de viajes.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Identificar y clasificar los distintos tipos de documentos que se utilizan habitualmente en las agencias de viajes en función de su utilidad, procedencia o destino.</li> </ul>

- Adecuar, diseñar y formalizar cartas, impresos y formularios específicos de las agencias de viajes para sus relaciones internas y sus relaciones externas con clientes y proveedores, aplicando las técnicas de diseño y comunicación oportunas.
- Comparar los sistemas de gestión de registros, manuales e informatizados, que habitualmente se utilizan en las agencias de viajes, y deducir los más adecuados para tipos de agencias y estructuras organizativas determinadas.
- En supuestos prácticos, y a partir de la caracterización de determinados tipos de agencias y/o unidades de producción, seleccionar, adecuar y aplicar programas completos de gestión de registros que comprendan:
  - . Gestión manual e informatizada de archivos.
  - . Búsqueda de documentos asistida por ordenador.
  - . Definición de archivos (centrales, departamentales, personales) y programas de retención/destrucción de documentos.
  - . Protección de registros esenciales.
  - . Medios de almacenamiento de la información.
  - . Gestión de impresos y formularios.
  - . Control de la correspondencia.

2.3. Analizar y aplicar sistemas y procedimientos de almacenamiento, reposición y control de existencias (material de oficina, atenciones a clientes, documentos propios y de proveedores de servicios ...), válidos para diferentes tipologías de agencias de viajes.

- Comparar los sistemas de almacenamiento, reposición y control de existencias, manuales e informatizados, que habitualmente se utilizan en las agencias de viajes, y deducir los más adecuados para tipos de agencias y estructuras organizativas determinadas.
- En supuestos prácticos, y a partir de la caracterización de determinados tipos de agencias y/o unidades de producción, seleccionar, adecuar y aplicar sistemas completos de gestión de almacén que comprendan:
  - . Procedimientos de solicitud, clasificación y reposición de existencias.
  - . Procedimientos de entradas, salidas y distri-

bución de existencias.

. Formalización de inventarios.

. Medidas de control de las emisiones de documentos acreditativos de derechos de uso de servicios turísticos y de viajes, y del inventario.

2.4. Analizar y aplicar los procedimientos y operaciones que se derivan de las relaciones económicas internas y externas que se producen en el ámbito de las agencias de viajes.

• Describir los procedimientos de facturación, control de cuentas de crédito, cobro y reintegro a clientes, que habitualmente se utilizan en las agencias de viajes, y seleccionar los más adecuados para tipos de agencias, estructuras organizativas y situaciones determinadas.

• En casos prácticos, y a partir de la entrega de una serie de datos sobre relaciones económicas con supuestos clientes:

. Comprobar valoraciones de supuestos servicios vendidos y de sus gastos de gestión.

. Aplicar los sistemas de cobro al contado o a crédito de acuerdo con las instrucciones definidas en el supuesto.

. Emitir los documentos justificativos de los pagos efectuados.

. Comprobar el derecho a devoluciones por supuestos servicios no disfrutados y cargados, formalizando las comunicaciones a proveedores y documentos que fuesen necesarios.

. Justificar las necesidades de distribución, archivo y registro de documentos que se derivan de los supuestos prácticos en cuestión.

• En casos prácticos de relaciones económicas con supuestos proveedores de servicios:

. Registrar en los soportes de ventas, los importes de los derechos de uso vendidos.

. Formalizar las liquidaciones de ventas y facturas de proveedores indicando forma de pago y comisión a favor de la agencia.

. Formalizar supuestos informes de inciden-

cias, solicitudes de regularización de cargos incorrectos y contestaciones a reclamaciones contables y administrativas internas y externas.

- . Justificar las necesidades de distribución, archivo y registro de documentos que se derivan del supuesto práctico.
- Aplicar la convertibilidad de monedas extranjeras y cheques de viajero:
  - . Identificando la legislación vigente aplicable.
  - . Identificando la fuente de información del cambio oficial.
  - . Identificando la moneda en cuestión.
  - . Determinando las comisiones y el contravalor que se debe pagar en pesetas.
  - . Formalizando la documentación prescrita.
- Diferenciar, describir y formalizar diferentes documentos de pago, identificando y aplicando la legislación mercantil vigente.
- Explicar el funcionamiento de las cuentas corrientes, interpretando correctamente los documentos que en relación con las mismas emiten las entidades financieras, y formalizando diferentes tipos de documentos relativos a ingresos o remesas de monedas y/o otros medios de pago.
- En supuestos prácticos, y a partir de la entrega de una serie de datos:
  - . Formalizar impresos administrativos, precontables y contables para registrar operaciones de tesorería.
  - . Realizar los apuntes que procedan en los libros/registro de caja y cuentas bancarias.
  - . Formalizar resúmenes periódicos de movimientos de caja.
  - . Simular controles de cuenta de caja, realizando los correspondientes arqueos y resolviendo supuestas diferencias entre saldos reales y apuntes realizados.
  - . Simular controles de cuentas bancarias, realizando cuadros con extractos de los

bancos y resolviendo supuestas diferencias entre los apuntes de las entidades financieras y los libros/registros de cuentas bancarias de la agencia de viajes.

## **CONTENIDOS:**

### **1.- CONTABILIDAD, MATEMÁTICAS COMERCIALES Y ESTADÍSTICA BÁSICA:**

1. 1.- Concepto y objetivos de la Contabilidad.
1. 2.- Los libros de contabilidad.
1. 3.- El patrimonio.
1. 4.- Las cuentas.
1. 5.- El plan general de contabilidad.
1. 6.- El proceso contable básico en las agencias de viajes.
1. 7.- La tesorería en las agencias de viajes.
1. 8.- Los impuestos, su liquidación.
1. 9.- Los derechos de cobro.
- 1.10.- Gastos de gestión.
- 1.11.- Las amortizaciones. Las provisiones.
- 1.12.- Las cuentas anuales.
- 1.13.- Instrumentos de abono en las operaciones comerciales.
- 1.14.- Cuentas corrientes.
- 1.15.- Créditos.
- 1.16.- Operaciones de compra de moneda extranjera y cheques de viajero.
- 1.17.- Documentos de pago y títulos de crédito.
- 1.18.- Estadística básica.

### **2.- SISTEMAS Y PROCEDIMIENTOS DE GESTIÓN DE REGISTROS DE AGENCIAS DE VIAJES DE REGISTROS EN AGENCIAS DE VIAJES:**

- 2.1.- Documentos internos y externos utilizados en las Agencias de Viajes.
- 2.2.- Técnicas de diseño y composición de documentos.
- 2.3.- Gestión de impresos y formularios.
- 2.4.- Definición y gestión de archivos.
- 2.5.- Protección de registros.
- 2.6.- Medios de almacenamiento y tratamiento de la información.
- 2.7.- Control de correspondencia.

### **3.- SISTEMAS Y PROCEDIMIENTOS DE ALMACENAMIENTO, REPOSICIÓN Y CONTROL DE EXISTENCIAS EN AGENCIAS DE VIAJES:**

- 3.1.- Gestión de almacén.
- 3.2.- Inventarios.
- 3.3.- Control de existencias.

### **4.- PROCEDIMIENTOS DERIVADOS DE RELACIONES ECONÓMICAS CON CLIENTES Y PROVEEDORES:**

- 4.1.- Facturación, control de cuentas de crédito, cobro y reintegro a clientes.
- 4.2.- Soportes y partes de ventas de proveedores.
- 4.3.- Control de liquidaciones de ventas y facturas de proveedores

## **Módulo profesional 3: ORGANIZACIÓN Y CONTROL EN AGENCIAS DE VIAJES**

**Duración: 128 horas**

#### CAPACIDADES TERMINALES

3.1. Analizar la estructura organizativa, funcional y el entorno de relaciones de los establecimientos y/o unidades de producción de agencias de viajes.

#### CRITERIOS DE EVALUACIÓN

- Clasificar y caracterizar los diferentes tipos de agencias de viajes atendiendo a:
  - . Tipo de productos y servicios.
  - . Tipologías de clientela.
  - . Normativa europea, estatal y autonómica aplicables.
  - . Áreas funcionales.
- Describir los factores que determinan una organización eficaz.
- Describir las áreas, departamentos y subdepartamentos funcionales más característicos de los distintos tipos de agencias de viajes.
- Explicar, utilizando diagramas si es necesario, las relaciones interdepartamentales típicas que se dan en el ámbito de estos establecimientos.
- Identificar en un gráfico la estructura física de la agencia de viajes, unidad de producción y/o departamento, determinando los elementos materiales y los medios humanos necesarios, ubicándolos y justificando su distribución según criterios de ergonomía y fluidez del trabajo.
- Explicar los circuitos y tipos de información más característicos producidos en el desarrollo de la actividad.
- Definir los límites de responsabilidad y funciones de los puestos de trabajo habituales en las agencias de viajes.
- A partir de una organización (supuesta o real) de una unidad de producción o departamento de agencias de viajes:
  - . Evaluar la organización juzgando críticamente las soluciones organizativas adoptadas.
  - . Proponer posibles mejoras a la organización propuesta.

3.2. Elaborar presupuestos económicos para establecer programas de actuación a corto, medio y largo plazo para unidades de producción o departamentos específicos de agencias de viajes.

- Identificar la función de los presupuestos dentro de la planificación empresarial.
- Citar y explicar los tipos de presupuestos utilizados en la actividad de agencias de viajes y los objetivos de cada uno de ellos.
- Identificar la estructura y las partidas que componen los presupuestos anteriormente citados.
- Identificar las variables que se deben tener en cuenta en la confección de presupuestos.
- En una situación simulada y a partir de los objetivos económicos de producto, de volumen de negocio y de calidad para un período de tiempo establecido:
  - . Identificar y calcular las necesidades de financiación.
  - . Elaborar el presupuesto de ingresos y gastos del período.
  - . Determinar el coste de recursos humanos.
  - . Determinar el coste de la inversión en recursos materiales.
- En un caso simulado, a partir de los datos de un presupuesto estimado y de los datos reales:
  - . Calcular las desviaciones.
  - . Analizar las causas de su aparición y los efectos que producen.
  - . Proponer soluciones alternativas.

3.3. Analizar la rentabilidad de la explotación de unidades de producción o departamentos específicos de agencias de viajes para evaluar y controlar los costes y los márgenes de beneficio.

- Identificar y calcular los costes directos e indirectos que afectan a la actividad de agencias de viajes.
- Interpretar una cuenta de pérdidas y ganancias y un balance contable.
- Determinar el umbral de rentabilidad.
- Interpretar los resultados anteriores y proponer, en su caso, medidas correctivas o soluciones alternativas.

- 3.4. Analizar sistemas y procesos de gestión y control de la calidad aplicables a los servicios propios de las agencias de viajes y de los prestados por los proveedores.
- Describir la función de gestión y control de la calidad y su relación con los objetivos de la empresa.
  - A partir de estructuras organizativas de diversas tipologías de agencias de viajes:
    - . Identificar los elementos del sistema de calidad aplicables a cada estructura organizativa.
    - . Asignar las funciones específicas de calidad en función de la estructura organizativa en cuestión.
  - Describir los instrumentos de control de calidad utilizados en la prestación de los servicios de las agencias de viajes.
  - Describir las "características de calidad" más significativas de los servicios de las agencias de viajes.
  - En supuestos prácticos determinados y a partir de los objetivos de calidad interna y externa de una unidad de producción de una agencia de viajes:
    - . Identificar las características de calidad de los servicios propios y ajenos.
    - . Identificar los factores que afectan a las características de calidad.
    - . Seleccionar procedimientos e instrumentos de control de calidad interno y externo, razonando la conveniencia de su implantación.

## CONTENIDOS:

### 1.- INTRODUCCION A LA ORGANIZACIÓN Y ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS:

- 1.1.- La empresa. Generalidades.
- 1.2.- Las empresas hoteleras y turísticas. Relación con las agencias de viajes.
- 1.3.- La administración empresarial.
- 1.4.- Evolución del pensamiento gerencial. Situación actual.

### 2.- ESTRUCTURAS ORGANIZATIVAS Y FUNCIONALES MAS CARACTERÍSTICAS EN LAS AGENCIAS DE VIAJES:

- 2.1.- Concepto y clases de estructuras.
- 2.2.- Las funciones principales. Organigramas. Distribución de tareas.



- 2.3.- Áreas y departamentos básicos.
- 2.4.- Relaciones interdepartamentales.
- 2.5.- Circuitos y tipos de información/ documentos internos y externos.

**3.- LA PLANIFICACIÓN:**

- 3.1.- Concepto y naturaleza.
- 3.2.- Proceso de planificación. Tipos de planes.
- 3.3.- Políticas, estrategias y objetivos empresariales.

**4.- EL CONTROL ECONÓMICO:**

- 4.1.- El control presupuestario.
- 4.2.- Análisis y control de costes.
- 4.3.- Análisis de la rentabilidad.
- 4.4.- Análisis de los estados financieros.

**5.- GESTIÓN Y CONTROL DE CALIDAD:**

- 5.1.- La gestión integral de la calidad.
- 5.2.- Planificación, organización y control de la calidad.
- 5.3.- Calidad de los servicios propios y ajenos y satisfacción del cliente.

**6.- LA ORGANIZACIÓN:**

- 6.1.- Principios de organización.
- 6.2.- Departamentalización.
- 6.3.- Sistemas de organización.
- 6.4.- Cultura organizacional.

## Módulo profesional 4: COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS TURÍSTICOS

Duración: 96 horas

### CAPACIDADES TERMINALES

4.1. Analizar información del mercado turístico nacional e internacional que permita estimar la situación, evolución y tendencias del sector de alojamiento y agencias de viajes.

4.2. Relacionar entre sí las distintas variables que intervienen en el "marketing-mix".

4.3. Evaluar distintas estrategias de comunicación comercial adecuadas a empresas de servicios turísticos y de viajes.

### CRITERIOS DE EVALUACIÓN

- Enumerar, describir e interrelacionar las principales variables que conforman la oferta y la demanda turística internacional, nacional y local.
- Identificar y describir las fuentes de información turística más relevantes.
- Identificar y seleccionar métodos de recogida de datos adecuados a las variables que se deben estudiar.
- Describir la función y las relaciones de las empresas de alojamiento y las agencias de viajes con el sector turístico nacional y local y con otros sectores de la economía con los que se relacionan.
- Analizar las motivaciones de la demanda turística y los factores sociales y económicos que influyen en su evolución.
- Describir el proceso evolutivo de los sectores de alojamiento y agencias de viajes en general y de cada fórmula en particular.
- Definir el "marketing-mix", describiendo sus componentes.
- A partir de unos datos supuestos de un producto turístico, precio, comunicación y distribución determinados, deducir las relaciones causales existentes entre las distintas variables.
- Dada una etapa del ciclo de vida de un producto turístico, explicar las relaciones causales que se producen entre las variables del marketing que afectan al mismo.
- Identificar cada uno de los componentes del "mix de comunicación" de las empresas de servicios.
- Describir un proceso secuencial de comunicación definiendo los objetivos de cada fase.
- Describir estrategias de comunicación adecuadas a empresas de servicios turísticos y de viajes.
- A partir de distintas estrategias posibles de comunicación comercial y de unos objetivos en el marco de una empresa turística:

- a) Calcular los costes que supone cada una de ellas.
  - b) Valorar la eficacia de cada una de ellas en función de la "población-objetivo" receptora de la comunicación.
  - c) Analizar en qué medida se alcanzarían los objetivos previstos con la aplicación de cada una de las estrategias de comunicación.
  - d) Argumentar la estrategia de comunicación elegida.
- Identificar las variables que miden la eficacia de las acciones de comunicación comercial.
- 4.4. Elaborar un plan de comunicación de un producto/servicio turístico.
- A partir de unos datos relacionados con un producto/servicio turístico que se va a comercializar:
    - . Definir la estrategia de comunicación y los objetivos del mismo.
    - . Determinar el ámbito, el "público objetivo" y las acciones publi-promocionales adecuadas al proyecto.
    - . Justificar la utilización de los instrumentos de comunicación para canalizar las acciones comerciales.
    - . Realizar una estimación de costes, alcance y posibles resultados de las acciones programadas.
    - . Enumerar los distintos tipos de publicidad existentes, formas y soportes publicitarios.
    - . Explicar la diferencia entre publicidad y promoción.
    - . Enumerar los distintos medios de comunicación y explicar ventajas e inconvenientes de cada uno.

## CONTENIDOS:

### 1.- ANÁLISIS DE MERCADO DE ALOJAMIENTO Y DE INTERMEDIACIÓN DE SERVICIOS TURÍSTICOS Y DE VIAJES.:

- 1.1.- Fuentes de información turística.
- 1.2.- Técnicas de investigación y de tratamiento de la información.
- 1.3.- Estructura del mercado turístico español:
  - . Evolución.
  - . Oportunidades y amenazas.
- 1.5.- La oferta y la demanda de alojamiento internacional, nacional y local.
- 1.6.- La oferta y la demanda internacional, nacional, y local de intermediación de servicios

turísticos y viajes.

1.7.- El consumidor: elasticidad, necesidades y segmentación.

## 2.- MARKETING TURÍSTICO:

2.1.- Consideraciones generales sobre el marketing turístico.

2.2.- Características de los servicios frente a los productos.

2.3.- El marketing de servicios.

2.4.- El plan de marketing como instrumento de gestión.

## 3.- EL "MARKETING MIX":

3.1.- Producto-servicio.

3.2.- Precios.

3.3.- Comunicación.

3.4.- Distribución.

## 4.- LA COMUNICACIÓN:

4.1.- La publicidad: concepto, objetivos e instrumentos.

4.2.- La promoción.

4.3.- El marketing directo.

4.4.- El patrocinio.

4.5.- Planificación y control de acciones de comunicación.

## Módulo profesional 5: LENGUA EXTRANJERA

**Duración: 160 horas.**

### CAPACIDADES TERMINALES

5.1. Comunicarse oralmente con un interlocutor en lengua extranjera interpretando y transmitiendo la información necesaria para establecer los términos que delimiten una relación profesional dentro del sector.

5.2. Interpretar información escrita en lengua extranjera, tanto en el ámbito económico, jurídico y financiero propio del sector, como en el ámbito sociocul-

### CRITERIOS DE EVALUACIÓN

- A partir de una conversación telefónica simulada:
  - . Pedir información sobre un aspecto concreto de una actividad propia del sector.
  - . Dar la información requerida de una forma precisa y concreta.
- A partir de un mensaje grabado relacionado con una actividad profesional habitual del sector, identificar los datos claves para descifrar dicho mensaje.
- Dada una supuesta situación de comunicación cara a cara, asumir la función de:
  - . Demandante de información.
  - . Informador.
- En una simulada reunión de trabajo, interpretar la información recibida y transmitirla.
- Ante una publicación periódica de uno de los países de la lengua extranjera, extraer de la sección o secciones relacionadas con el sector la información que pueda ser de utilidad.

tural, analizando los datos fundamentales para llevar a cabo las acciones oportunas.

- A partir de un texto legal auténtico de uno de los países de la lengua extranjera, identificar los datos fundamentales que tengan relación con el sector.
- Dado un texto informativo en lengua extranjera sobre el sector profesional:
  - . Buscar datos claves en dicha información.
  - . Clasificar los datos según orden de preferencia.
  - . Hacer un resumen del texto.
- Traducir con exactitud cualquier escrito referente al sector profesional.

5.3. Redactar y/o cumplimentar documentos e informes propios del sector en lengua extranjera con corrección, precisión, coherencia y cohesión, solicitando y/o facilitando una información de tipo general o detallada.

- A partir de unos datos supuestos, cumplimentar documentos comerciales y de gestión específicos del sector.
- Redactar una carta de acuerdo con los aspectos formales exigidos en una situación profesional concreta.
- Basándose en datos recibidos en distintos contextos (conferencia, documentos, seminario, reunión), elaborar un informe claro, conciso y preciso según su finalidad y/o destinatario.

5.4. Analizar las normas de convivencia socioculturales y de protocolo de los países del idioma extranjero, con el fin de dar una adecuada imagen en las relaciones profesionales establecidas con dichos países.

- En una supuesta conversación telefónica, observar las debidas normas de protocolo para identificar al interlocutor o identificarse, filtrar la llamada, informar o informarse, dando una buena imagen de empresa.
- Ante la preparación de un viaje simulado a un país extranjero, planificar el programa de la visita teniendo en cuenta:
  - . Las costumbres horarias.
  - . Los hábitos socioculturales.
  - . Las normas de convivencia y protocolo.
- Ante una supuesta visita a una empresa extranjera, utilizando el lenguaje con corrección y propiedad, y observando las normas de comportamiento que requiera el caso:
  - . Presentarse,
  - . Informar e informarse.

## CONTENIDOS:

### 1.- USO DE LA LENGUA ORAL:

- 1.1.- Participación en conversaciones, debates y exposiciones relativas a situaciones de la vida profesional y a situaciones derivadas de las diferentes actividades del sector empresarial.
  - . Terminología específica.
  - . Aspectos formales (actitud profesional adecuada al interlocutor de lengua extranjera).
  - . Aspectos funcionales:
    - Intervenir de forma espontánea y personal en diálogos dentro de un contexto.
    - Utilizar fórmulas pertinentes de conversación en una situación profesional.
    - Extraer información específica propia del sector para construir una argumentación.
- 1.2.- Facilitar la comunicación, utilizando todas las habilidades y estrategias posibles para poder afrontar cualquier tipo de situación de relación personal y/o laboral.

### 2.- USO DE LA LENGUA ESCRITA:

- 2.1.- Comprensión y redacción global y específica de documentos visuales, orales o escritos relacionados con aspectos profesionales.
- 2.2.- Utilización de la terminología específica, seleccionando la acepción correcta en el diccionario técnico según el contexto de la traducción.
- 2.3.- Selección de los elementos morfosintácticos (estructura de la oración, tiempos verbales, nexos y subordinación, formas impersonales, voz pasiva, etc...), de acuerdo con el documento que se pretenda elaborar.
- 2.4.- Aplicación de fórmulas y estructuras hechas utilizadas en la comunicación escrita.

### 3.- ASPECTOS SOCIOCULTURALES:

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

## Módulo profesional 6: SEGUNDA LENGUA EXTRANJERA

**Duración: 160 horas**

CAPACIDADES TERMINALES	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
6.1. Comprender y producir mensajes orales en lengua extranjera en situaciones diversas de comunicación: habituales, personales y profesionales.	<ul style="list-style-type: none"><li>• Proyectado un vídeo de carácter informativo sobre el sector profesional de interés para el alumno:<ul style="list-style-type: none"><li>. Identificar oralmente en la lengua extranjera los elementos más destacados del mensaje emitido.</li><li>. Hacer un breve resumen oral en la lengua extranjera.</li></ul></li><li>• A partir de unas instrucciones recibidas realizar una llamada telefónica simulada identificándose, preguntando por la persona adecuada, pidiendo información sobre datos concre-</li></ul>

tos y respondiendo a las posibles preguntas de forma clara y sencilla.

- Simulada una entrevista de carácter profesional:
  - . Responder con frases de estructura simple a las preguntas que se formulen.
  - . Utilizar recursos alternativos en caso de falta de capacidad de respuesta.
  - . Formular preguntas para precisar aspectos profesionales.

6.2. Interpretar textos escritos auténticos, obteniendo informaciones globales y específicas relacionadas tanto con aspectos de la vida cotidiana como de la vida profesional.

- Después de leer un texto en la lengua extranjera de extensión limitada sobre un tema de interés para el alumno, contestar a un cuestionario de preguntas abiertas o cerradas con frases de estructura de moderada complejidad.
- Una vez leído un texto extenso relacionado con un aspecto profesional:
  - . Hacer un breve resumen oral o escrito en la lengua extranjera.
- Presentadas las diferentes partes de un relato de forma desordenada, ordenarlas de acuerdo con una secuencia lógica.
- Dado un texto breve sin identificación, deducir de qué tipo de documento se trata, siguiendo un análisis lógico de los elementos que lo componen.

6.3. Traducir al idioma materno textos sencillos en lengua extranjera relacionados con las necesidades e intereses socioprofesionales del alumno.

- Traducir un manual de instrucciones.
- Traducir un documento: reglamento, normativa, instrucciones organizativas, etc... sobre el sector profesional.
- Hacer una traducción precisa, con ayuda de un diccionario, de un texto cuyo contenido pueda interesar al alumno, tanto por sus aspectos profesionales como culturales.

6.4. Redactar textos escritos elementales en lengua extranjera en función de una actividad concreta.

- A partir de la lectura de una oferta de trabajo en la prensa:
  - . Elaborar una solicitud de empleo.
  - . Redactar un breve "currículum" en la lengua extranjera.

- Complimentar documentos tipo relativos al sector profesional.
  - Recibidas unas instrucciones detalladas, redactar una carta comercial de acuerdo con la normativa del país de la lengua extranjera.
  - Elaborar un pequeño informe con un propósito comunicativo específico y con una organización textual adecuada y comprensible para el receptor.
- 6.5. Apreciar la riqueza que representa la variedad de hábitos culturales de los distintos países de la lengua extranjera incorporándolos a las relaciones personales y profesionales.
- Visualizado un corto informativo sobre uno de los países de la lengua extranjera:
    - . Señalar la variedad de manifestaciones socioculturales que sirven para la identificación y singularización de dicho país.
    - . Identificar los rasgos socioculturales y lingüísticos del país de la lengua extranjera que lo diferencian de los demás.
  - Ante la preparación de un viaje simulado a un país extranjero, planificar el programa de la visita teniendo en cuenta:
    - . Las costumbres horarias.
    - . Los hábitos socioculturales.
    - . Las normas de convivencia y protocolo.

## CONTENIDOS:

### 1.- USO DE LA LENGUA ORAL:

- 1.1.- Incrementar la capacidad de comunicación empleando las estrategias que estén a su alcance para familiarizarse con otra forma de enfocar el entorno socio-laboral.
  - . Léxico socioprofesional.
  - . Estrategias comunicativas para obtener una información más completa (solicitar precisiones, comprobar que lo que se ha dicho ha sido correctamente interpretado...).
  - . Estrategias de participación en la conversación (colaborar en el mantenimiento de la conversación, mantener el turno de palabra, cambiar de tema...).
- 1.2.- Incorporación al repertorio productivo de nuevas funciones comunicativas (hacer hipótesis, suposiciones, contradecir, persuadir, argumentar, etc...).
- 1.3.- Reconocimiento de vocabulario y estructuras lingüísticas falsamente semejantes en las lenguas conocidas para evitar errores previsibles.

### 2.- USO DE LA LENGUA ESCRITA:

- 2.1.- Comprensión y producción de documentos sencillos (visuales, orales y escritos) relacionados con situaciones tanto de la vida cotidiana como de la profesional.
  - . Transferencia de los conocimientos sobre la organización de distintos tipos de textos a la segunda lengua extranjera.



- . Uso sistemático del diccionario.
- . Utilización de obras técnicas instrumentales (libros de consulta, textos específicos...).
- . Incorporación de nuevos elementos morfosintácticos tales como las oraciones subordinadas, la voz pasiva, la concordancia de los tiempos verbales..., etc.

### **3.- ASPECTOS SOCIOCULTURALES:**

- 3.1.- Referentes sociales y culturales clave entre los hablantes de la lengua extranjera: la prensa, la publicidad, las relaciones laborales, el cine, etc.

## Módulo profesional 7: RELACIONES EN EL ENTORNO DE TRABAJO.

**Duración: 64 horas**

CAPACIDADES TERMINALES	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
7.1. Utilizar eficazmente las técnicas de comunicación en su medio laboral para recibir y emitir instrucciones e información, intercambiar ideas u opiniones, asignar tareas y coordinar proyectos.	<ul style="list-style-type: none"><li>• Identificar el tipo de comunicación utilizado en un mensaje y las distintas estrategias utilizadas para conseguir una buena comunicación.</li><li>• Clasificar y caracterizar las distintas etapas de un proceso comunicativo.</li><li>• Distinguir una buena comunicación que contenga un mensaje nítido de otra con caminos divergentes que desfiguren o enturbien el objetivo principal de la transmisión.</li><li>• Deducir las alteraciones producidas en la comunicación de un mensaje en el que existe disparidad entre lo emitido y lo percibido.</li><li>• Analizar y valorar las interferencias que dificultan la comprensión de un mensaje.</li></ul>
7.2. Afrontar los conflictos que se originen en el entorno de su trabajo, mediante la negociación y la consecución de la participación de todos los miembros del grupo en la detección del origen del problema, evitando juicios de valor y resolviendo el conflicto, centrándose en aquellos aspectos que se puedan modificar.	<ul style="list-style-type: none"><li>• Definir el concepto y los elementos de la negociación.</li><li>• Identificar los tipos y la eficacia de los comportamientos posibles en una situación de negociación.</li><li>• Identificar estrategias de negociación relacionándolas con las situaciones más habituales de aparición de conflictos en la empresa.</li><li>• Identificar el método para preparar una negociación teniendo en cuenta las fases de recogida de información, evaluación de la relación de fuerzas y previsión de posibles acuerdos.</li></ul>
7.3. Tomar decisiones, contemplando las circunstancias que obligan a tomar esa decisión y teniendo en cuenta las opiniones de los demás respecto a las vías de solución posibles.	<ul style="list-style-type: none"><li>• Identificar y clasificar los posibles tipos de decisiones que se pueden utilizar ante una situación concreta.</li><li>• Analizar las circunstancias en las que es necesario tomar una decisión y elegir la más adecuada.</li></ul>

- Aplicar el método de búsqueda de una solución o respuesta.
  - Respetar y tener en cuenta las opiniones de los demás, aunque sean contrarias a las propias.
- 7.4. Ejercer el liderazgo de una manera efectiva en el marco de sus competencias profesionales adoptando el estilo más apropiado en cada situación.
- Identificar los estilos de mando y los comportamientos que caracterizan cada uno de ellos.
  - Relacionar los estilos de liderazgo con diferentes situaciones ante las que puede encontrarse el líder.
  - Estimar el papel, competencias y limitaciones del mando intermedio en la organización.
- 7.5. Conducir, moderar y/o participar en reuniones, colaborando activamente o consiguiendo la colaboración de los participantes.
- Enumerar las ventajas de los equipos de trabajo frente al trabajo individual.
  - Describir la función y el método de la planificación de reuniones, definiendo, a través de casos simulados, objetivos, documentación, orden del día, asistentes y convocatoria de una reunión.
  - Definir los diferentes tipos y funciones de las reuniones.
  - Describir los diferentes tipos y funciones de las reuniones.
  - Identificar la tipología de participantes.
  - Describir las etapas del desarrollo de una reunión.
  - Enumerar los objetivos más relevantes que se persiguen en las reuniones de grupo.
  - Identificar las diferentes técnicas de dinamización y funcionamiento de grupos.
  - Descubrir las características de las técnicas más relevantes.
- 7.6. Impulsar el proceso de motivación en su entorno laboral, facilitando la mejora en el ambiente de trabajo y el compromiso de las personas con los objetivos de la empresa.
- Definir la motivación en el entorno laboral.
  - Explicar las grandes teorías de la motivación.

- Identificar las técnicas de motivación aplicables en el entorno laboral.
- En casos simulados seleccionar y aplicar técnicas de motivación adecuadas a cada situación.

## **CONTENIDOS:**

### **1.- LA COMUNICACIÓN EN LA EMPRESA:**

- 1.1.- Producción de documentos en los cuales se contengan las tareas asignadas a los miembros de un equipo.
- 1.2.- Comunicación oral de instrucciones para la consecución de unos objetivos.
- 1.3.- Tipos de comunicación.
- 1.4.- Etapas de un proceso de comunicación.
- 1.5.- Redes de comunicación, canales y medios.
- 1.6.- Dificultades/barreras en la comunicación.
- 1.7.- Recursos para manipular los datos de la percepción.
- 1.8.- La comunicación generadora de comportamientos.
- 1.9.- El control de la información. La información como función de dirección.

### **2.- NEGOCIACIÓN:**

- 2.1.- Concepto y elementos
- 2.2.- Estrategias de negociación
- 2.3.- Estilos de influencia

### **3.- SOLUCIÓN DE PROBLEMAS Y TOMA DE DECISIONES:**

- 3.1.- Resolución de situaciones conflictivas originadas como consecuencia de las relaciones en el entorno de trabajo.
- 3.2.- Proceso para la resolución de problemas.
- 3.3.- Factores que influyen en una decisión.
- 3.4.- Métodos más usuales para la toma de decisiones en grupo.
- 3.5.- Fases en la toma de decisiones.

### **4.- ESTILOS DE MANDO:**

- 4.1.- Dirección y/o liderazgo
- 4.2.- Estilos de dirección
- 4.3.- Teorías, enfoques del liderazgo

### **5.- CONDUCCIÓN/DIRECCIÓN DE EQUIPOS DE TRABAJO:**

- 5.1.- Aplicación de las técnicas de dinamización y dirección de grupos.
- 5.2.- Etapas de una reunión.
- 5.3.- Tipos de reuniones.
- 5.4.- Técnicas de dinámica y dirección de grupos.
- 5.5.- Tipología de los participantes.

### **6.- LA MOTIVACIÓN EN EL ENTORNO LABORAL:**

- 6.1.- Definición de la motivación.
- 6.2.- Principales teorías de motivación.
- 6.3.- Diagnóstico de factores motivacionales.

## b) Módulos profesionales socioeconómicos:

### Módulo profesional 8: EL SECTOR DE LA HOSTELERÍA Y EL TURISMO EN ANDALUCÍA.

Duración: 32 horas

CAPACIDADES TERMINALES	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
8.1. Analizar la disposición geográfica del sector de la hostelería y el turismo en Andalucía	<ul style="list-style-type: none"><li>• Identificar las fuentes de información más relevantes.</li><li>• Emplear las fuentes básicas de información de geografía física, economía, historia, etc.. estableciendo las relaciones existentes entre ellas.</li></ul>
8.2. Definir/describir la estructura y organización del sector de la hostelería y el turismo de Andalucía.	<ul style="list-style-type: none"><li>• Definir los componentes que caracterizan a las empresas del sector turístico/hostelero.</li><li>• Describir los distintos tipos de empresas y entidades vinculadas al sector de hostelería y turismo identificando sus productos y servicios.</li><li>• Describir los distintos tipos de empresas del sector de la hostelería y el turismo definiendo sus estructuras organizativas y funcionales.</li></ul>
8.3. Analizar/interpretar los datos económicos del sector de la hostelería y el turismo de Andalucía.	<ul style="list-style-type: none"><li>• A partir de informaciones económicas y datos de empleo referidas al sector turístico:<ul style="list-style-type: none"><li>. Identificar las principales magnitudes económicas y analizar las relaciones existentes entre ellas.</li><li>. Identificar los datos de mayor relevancia sobre el empleo relacionándolos entre sí y con otras variables.</li><li>. Describir las relaciones del sector con otros sectores de la economía andaluza.</li></ul></li></ul>
8.4. Identificar/analizar la oferta laboral del sector hostelería y el turismo de Andalucía	<ul style="list-style-type: none"><li>• En un supuesto práctico de diversas demandas laborales:<ul style="list-style-type: none"><li>. Identificar las ofertas laborales más idóneas referidas a sus capacidades e intereses.</li></ul></li></ul>

#### CONTENIDOS:

##### 1.- INTRODUCCION A LA HOSTELERÍA Y EL TURISMO:

##### 2.- EL TURISMO COMO ACTIVIDAD ECONÓMICA EN ANDALUCÍA:

###### 2.1.- Determinación de su naturaleza:

- . Fenómeno.
- . Sector.

- . Industria o actividad.
- 2.2.- Concepto de la empresa turística:
  - . Clasificación de las empresas turísticas.

### 3.- EL TURISMO Y SU IMPORTANCIA SOCIOECONÓMICA EN NUESTRA COMUNIDAD:

- 3.1.- Situación actual y posibilidades.

### 4.- RECURSOS TURÍSTICOS EN ANDALUCÍA:

- 4.1.- Clima, orografía, costas, etc.
- 4.2.- Gastronomía.

### 5.- LAS COMUNICACIONES:

- 5.1.- Su importancia para el desarrollo del sector turístico.

## Módulo profesional 9: FORMACIÓN Y ORIENTACIÓN LABORAL

**Duración: 64 horas**

#### CAPACIDADES TERMINALES

#### CRITERIOS DE EVALUACIÓN

- |  |   |
|--|---|
| <p>9.1.- Determinar actuaciones preventivas y/o de protección minimizando los factores de riesgo y las consecuencias para la salud y el medio ambiente que producen.</p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Identificar las situaciones de riesgo más habituales en su ámbito de trabajo, asociando las técnicas generales de actuación en función de las mismas.</li> <li>• Clasificar los daños a la salud y al medio ambiente en función de las consecuencias y de los factores de riesgo más habituales que los generan.</li> <li>• Proponer actuaciones preventivas y/o de protección correspondientes a los riesgos más habituales, que permitan disminuir sus consecuencias.</li> </ul> |
| <p>9.2.- Aplicar las medidas sanitarias básicas inmediatas en el lugar del accidente en situaciones simuladas.</p>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Identificar la prioridad de intervención en el supuesto de varios lesionados o de múltiples lesionados, conforme al criterio de mayor riesgo vital intrínseco de lesiones.</li> <li>• Identificar la secuencia de medidas que deben ser aplicadas en función de las lesiones existentes en el supuesto anterior.</li> <li>• Realizar la ejecución de técnicas sanitarias (RCP, inmovilización, traslado...), aplicando los protocolos establecidos.</li> </ul>                     |
| <p>9.3.- Diferenciar las modalidades de contratación y aplicar procedimientos de inserción en la realidad laboral como trabajador por</p>                                | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Identificar las distintas modalidades de contratación laboral existentes en su sector productivo que permite la legislación vigente.</li> </ul>  |

cuenta ajena o por cuenta propia.

- En una situación dada, elegir y utilizar adecuadamente las principales técnicas de búsqueda de empleo en su campo profesional.
  - Identificar y cumplimentar correctamente los documentos necesarios y localizar los recursos precisos, para constituirse en trabajador por cuenta propia.
- 9.4.- Orientarse en el mercado de trabajo, identificando sus propias capacidades e intereses y el itinerario profesional más idóneo.
- Identificar y evaluar las capacidades, actitudes y conocimientos propios con valor profesionalizador.
  - Definir los intereses individuales y sus motivaciones, evitando, en su caso, los condicionamientos por razón de sexo o de otra índole.
  - Identificar la oferta formativa y la demanda laboral referida a sus intereses.
- 9.5.- Interpretar el marco legal del trabajo y distinguir los derechos y obligaciones que se derivan de las relaciones laborales.
- Emplear las fuentes básicas de información del derecho laboral (Constitución, Estatuto de los trabajadores, Directivas de la Unión Europea, Convenio Colectivo...) distinguiendo los derechos y las obligaciones que le incumben.
  - Interpretar los diversos conceptos que intervienen en una "Liquidación de haberes".
  - En un supuesto de negociación colectiva tipo:
    - . Describir el proceso de negociación.
    - . Identificar las variables (salariales, seguridad e higiene, productividad tecnológicas...) objeto de negociación.
    - . Describir las posibles consecuencias y medidas, resultado de la negociación.
  - Identificar las prestaciones y obligaciones relativas a la Seguridad Social.
- 9.6.- Interpretar los datos de la estructura socio-económica española, identificando las diferentes variables implicadas y las consecuencias de sus posibles variaciones.
- A partir de informaciones económicas de carácter general:
    - . Identificar las principales magnitudes macroeconómicas y analizar las relaciones existentes entre ellas.
- 9.7.- Analizar la organización y la situación eco-
- Explicar las áreas funcionales de una empresa



nómica de una empresa del sector, interpretando los parámetros económicos que la determinan.

tipo del sector, indicando las relaciones existentes entre ellas.

- A partir de la memoria económica de una empresa:
  - . Identificar e interpretar las variables económicas más relevantes que intervienen en la misma.
  - . Calcular e interpretar los ratios básicos (autonomía financiera, solvencia, garantía y financiación del inmovilizado,...) que determinan la situación financiera de la empresa.
  - . Indicar las posibles líneas de financiación de la empresa.

## **CONTENIDOS:**

### **1.- SALUD LABORAL:**

- 1.1.- Condiciones de trabajo y seguridad.
- 1.2.- Factores de riesgo: físicos, químicos, biológicos y organizativos. Medidas de prevención y protección.
- 1.3.- Organización segura del trabajo: técnicas generales de prevención y protección.
- 1.4.- Primeros auxilios. Aplicación de técnicas.
- 1.5.- Prioridades y secuencias de actuación en caso de accidentes.

### **2.- LEGISLACIÓN Y RELACIONES LABORALES Y PROFESIONALES:**

- 2.1.- Ámbito profesional: dimensiones, elementos y relaciones. Aspectos jurídicos (Administrativos, fiscales, mercantiles). Documentación.
- 2.2.- Derecho laboral: Nacional y Comunitario. Normas fundamentales.
- 2.3.- Seguridad Social y otras prestaciones.
- 2.4.- Representación y negociación colectiva.

### **3.- ORIENTACIÓN E INSERCIÓN SOCIOLABORAL:**

- 3.1.- El mercado de trabajo. Estructura. Perspectivas del entorno.
- 3.2.- El proceso de búsqueda de empleo:
  - . Fuentes de información.
  - . Organismos e instituciones vinculadas al empleo.
  - . Oferta y demanda de empleo.
  - . La selección de personal.
- 3.3.- Iniciativas para el trabajo por cuenta propia:
  - . El autoempleo: procedimientos y recursos.
  - . Características generales para un plan de negocio.
- 3.4.- Análisis y evaluación del propio potencial profesional y de los intereses personales:
  - . Técnicas de autoconocimiento. Autoconcepto.
  - . Técnicas de mejora.
- 3.5.- Hábitos sociales no discriminatorios. Programas de igualdad.
- 3.6.- Itinerarios formativos/professionalizadores.

3.7.- La toma de decisiones.

#### **4.- PRINCIPIOS DE ECONOMÍA:**

- 4.1.- Actividad económica y sistemas económicos.
- 4.2.- Producción e interdependencia económica.
- 4.3.- Intercambio y mercado.
- 4.4.- Variables macroeconómicas e indicadores socioeconómicos.
- 4.5.- Relaciones socioeconómicas internacionales.
- 4.6.- Situación de la economía andaluza.

#### **5.- ECONOMÍA Y ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA:**

- 5.1.- La empresa y su marco externo. Objetivos y tipos.
- 5.2.- La empresa: estructura y organización. Áreas funcionales y organigramas.
- 5.3.- Funcionamiento económico de la empresa.
- 5.4.- Análisis patrimonial.
- 5.5.- Realidad de la empresa andaluza del sector. Análisis de una empresa tipo.

#### **c) Módulo profesional integrado:**

##### **Módulo profesional 10: PROYECTO INTEGRADO.**

**Duración mínima: 60 horas.**

##### **2.- Formación en el centro de trabajo.**

##### **Módulo profesional 11: FORMACIÓN EN CENTROS DE TRABAJO**

**Duración mínima: 220 horas.**

#### **RELACIÓN DE MÓDULOS PROFESIONALES Y DURACIONES.**

<b>MÓDULOS PROFESIONALES.</b>	<b>DURACIÓN (horas)</b>
1.- Producción y venta de servicios turísticos en agencias de viajes.	160
2.- Gestión económica-administrativa en agencias de viajes.	96
3.- Organización y control en agencias de viajes.	128
4.- Comercialización de productos y servicios turísticos.	96
5.- Lengua extranjera.	160
6.- Segunda lengua extranjera.	160
7.- Relaciones en el entorno de trabajo.	64
8.- El sector de la hostelería y el turismo en Andalucía	32
9.- Formación y orientación laboral	64

10.- Proyecto integrado	440
11.- Formación en centros de trabajo	