

MINISTERIO EDUCACIÓN Y CIENCIA.

BOE 21 febrero 1994, núm. 44/1994 [pág. 5572]

FORMACIÓN PROFESIONAL ESPECÍFICA. Establece el título de Técnico superior en Información y Comercialización Turísticas y las correspondientes enseñanzas mínimas.

Artículo 1. Se establece el título de Técnico superior en Información y Comercialización Turísticas, que tendrá carácter oficial y validez en todo el territorio nacional, y se aprueban las correspondientes enseñanzas mínimas que se contienen en el anexo al presente Real Decreto.

Artículo 2. 1. La duración y el nivel del ciclo formativo son los que se establecen en el apartado 1 del anexo.

2. Las especialidades exigidas al profesorado que imparta docencia en los módulos que componen este título, así como los requisitos mínimos que habrán de reunir los centros educativos son los que se expresan, respectivamente, en los apartados 4.1 y 5 del anexo.

3. En relación con lo establecido en la disposición adicional undécima de la Ley Orgánica 1/1990, de 3 de octubre (RCL 1990\2045), se declaran equivalentes a efectos de docencia las titulaciones que se expresan en el apartado 4.2 del anexo.

4. Para acceder a los estudios profesionales regulados en este Real Decreto los alumnos habrán debido cursar las materias y/o contenidos de bachillerato que se indican en el apartado 3.6 del anexo.

5. Los módulos susceptibles de convalidación por estudios de formación profesional ocupacional o correspondencia con la práctica laboral son los que se especifican, respectivamente, en los apartados 6.1 y 6.2 del anexo.

Sin perjuicio de lo anterior, a propuesta de los Ministerios de Educación y Ciencia y de Trabajo y Seguridad Social, podrán incluirse, en su caso, otros módulos susceptibles de correspondencia y convalidación con la formación profesional y con la práctica laboral.

6. Los estudios universitarios a los que da acceso el presente título, son los indicados en el apartado 6.3 del anexo.

DISPOSICION FINAL

Primera.-El presente Real Decreto, que tiene carácter básico, se dicta en uso de las competencias atribuidas al Estado en el artículo 149.1.30.^a de la Constitución (RCL 1978\2836 y ApNDL 2875) , así como en la disposición adicional primera, apartado 2, de la Ley Orgánica 8/1985, de 3 de julio (RCL 1985\1604, 2505 y ApNDL 4323), del Derecho a la Educación, y en virtud de la habilitación que confiere al Gobierno el artículo 4.2 de la Ley Orgánica 1/1990, de 3 de octubre, de Ordenación General del Sistema Educativo.

Segunda.-Corresponde al Ministro de Educación y Ciencia y a los órganos competentes de las Comunidades Autónomas dictar, en el ámbito de sus competencias, cuantas disposiciones sean precisas para la ejecución y desarrollo de lo dispuesto en el presente Real Decreto.

Tercera.-El presente Real Decreto entrará en vigor el día siguiente al de su publicación en el «Boletín Oficial del Estado».

ANEXO

INDICE

1. Identificación del título:

1.1 Denominación.

1.2 Nivel.

1.3 Duración del ciclo formativo.

2. Referencia del sistema productivo:

- 2.1 Perfil profesional:
 - 2.1.1 Competencia general.
 - 2.1.2 Capacidades profesionales.
 - 2.1.3 Responsabilidad y autonomía.
 - 2.1.4 Unidades de Competencia.
 - 2.1.5 Realizaciones y dominios profesionales.
- 2.2 Evolución de la competencia profesional:
 - 2.2.1 Cambios en los factores tecnológicos, organizativos y económicos.
 - 2.2.2 Cambios en las actividades profesionales.
 - 2.2.3 Cambios en la formación.
- 2.3 Posición en el proceso productivo:
 - 2.3.1 Entorno profesional y de trabajo.
 - 2.3.2 Entorno funcional y tecnológico.
 - 2.3.3 Ocupaciones, puestos de trabajo tipo más relevantes.
- 3. Enseñanzas mínimas:
 - 3.1 Objetivos generales del ciclo formativo.
 - 3.2 Módulos profesionales asociados a una Unidad de Competencia:
Diseño y comercialización de productos turísticos locales y regionales.
Asistencia y guía de grupos.
Información turística en destino.
 - 3.3 Módulos profesionales transversales:
Productos y destinos turísticos nacionales e internacionales.
Lengua extranjera.
Segunda lengua extranjera.
 - 3.4 Módulo profesional de formación en centro de trabajo.
 - 3.5 Módulo profesional de formación y orientación laboral.
 - 3.6 Materias del bachillerato que se han debido cursar para acceder al ciclo formativo correspondiente a este título.
- 4. Profesorado:
 - 4.1 Especialidades del profesorado con atribución docente en los módulos profesionales del ciclo formativo.
 - 4.2 Equivalencias de titulaciones a efectos de docencia.
- 5. Requisitos mínimos de espacios e instalaciones para impartir estas enseñanzas.
- 6. Convalidaciones, correspondencias y acceso a estudios superiores:
 - 6.1 Módulos profesionales que pueden ser objeto de convalidación con la formación profesional ocupacional.
 - 6.2 Módulos profesionales que pueden ser objeto de correspondencia con la práctica laboral.
 - 6.3 Acceso a estudios universitarios.

1. Identificación del título

- 1.1 Denominación: información y comercialización turísticas.
- 1.2 Nivel: formación profesional de grado superior.
- 1.3 Duración del ciclo formativo: 1.400 horas.

2. Referencia del sistema productivo

- 2.1 Perfil profesional:
 - 2.1.1 Competencia general.
Comercializar destinos turísticos, crear productos turísticos de base territorial, asistir y guiar grupos y gestionar servicios de información turística.
 - 2.1.2 Capacidades profesionales.
-Detectar oportunidades de conservación y desarrollo local y regional a través de la creación y/o mejora de productos y servicios turísticos.

- Interpretar los planes generales de la empresa o entidad y concretarlos en acciones de información, comercialización y asistencia de grupos.
- Organizar, desarrollar y evaluar el servicio de asistencia y guía de grupos turísticos.
- Organizar, ejecutar y controlar acciones y programas de comercialización turística.
- Actuar en condiciones de posible emergencia, transmitiendo con celeridad y serenidad las señales de alarma al grupo que, en su caso, está asistiendo.
- Mantener comunicaciones efectivas en el desarrollo de su trabajo y, en especial, en servicios que exijan un elevado grado de coordinación con otras instituciones o establecimientos.
- Reflejar la imagen de la empresa o entidad, tanto en los resultados de su trabajo como en las relaciones que mantenga con el exterior.
- Comunicarse, al menos, en dos lenguas extranjeras.
- Optimizar la prestación del servicio según criterios de eficacia, economía y productividad, consiguiendo la satisfacción de las expectativas del cliente.
- Poseer una visión global e integrada de la prestación del servicio de información y guía, comprendiendo las dimensiones técnicas, organizativas, económicas y humanas de su trabajo en el proceso.
- Adaptarse a nuevas situaciones generadas como consecuencia de los cambios producidos en las técnicas y organización utilizadas en el ámbito de los servicios y productos turísticos.
- Resolver problemas y tomar decisiones individuales sobre sus actuaciones, identificando y siguiendo las normas establecidas procedentes.

2.1.3 Responsabilidad y autonomía.

El técnico superior en información y comercialización turísticas recibe instrucciones sobre los objetivos generales de su trabajo. Su responsabilidad se extenderá a la organización de los recursos humanos y materiales necesarios para la prestación del servicio y la ejecución de actividades de información, asistencia y promoción de grupos. Está capacitado para realizar también la supervisión del trabajo de una oficina de información turística.

Este técnico es autónomo en las siguientes funciones o actividades:

Selección de las fuentes de información. Recogida de la información y organización de la misma. Elaboración de informes que recojan conclusiones de la investigación del mercado turístico de la zona. Organización, preparación y coordinación del equipo humano y de los materiales necesarios para las acciones comerciales y de información turísticas definidas. Asesoramiento e información turística. Atención de reclamaciones y resolución de incidencias. Coordinación y acompañamiento de «transfer». Asistencia e información a grupos turísticos en viajes, excursiones y visitas locales. Control de la calidad de los servicios propios y de los pactados con los proveedores.

Puede ser asistido en:

Elaboración de encuestas. Diseño y desarrollo de productos turísticos. Planificación del servicio de información turística. Organización y gestión del centro, oficina o punto de información. Coordinación con otros centros de información. Diseño de material informativo y promocional. Planificación y ejecución de actividades de animación en viajes. Diseño del servicio de asesoramiento e información turística.

Debe ser asistido en: definición y gestión de actos y eventos promocionales.

Programación de viajes organizados. Gestión económica. Ejecución de acciones de ordenación turística.

2.1.4 Unidades de Competencia.

1. Comercializar destinos y crear productos turísticos de base territorial.
2. Asistir y guiar grupos turísticos.
3. Gestionar servicios de información turística.

2.1.5 Realizaciones y dominios profesionales.

Unidad de Competencia 1: comercializar destinos y crear productos turísticos de base territorial

Realizaciones Criterios de Realización

1.1 Buscar y analizar la información necesaria para estudiar el mercado turístico de la zona. -Ha identificado las características genéricas del mercado turístico de la zona (conurrencia y competitividad entre otras).

-Ha identificado las variables más características y representativas de la demanda de la zona turística: factores demográficos, sociológicos, económicos, motivacionales, etc.

-Ha identificado la oferta turística de la zona:

Los recursos turísticos (naturales, histórico-artísticos, etnográficos, folclóricos, artesanales, gastronómicos, culturales).

La infraestructura básica (accesos, abastecimientos, transportes, etc.).

La infraestructura turística (alojamientos, servicios de restauración, oferta recreativa, etc.).

-Ha identificado y seleccionado fuentes de información primarias (encuestas, reuniones y otras) para su utilización en la obtención de información.

-Ha identificado y seleccionado fuentes de información secundarias internas y externas (informes, publicaciones, etc.) para su utilización en la obtención de información.

-Ha seleccionado y diseñado el método para la recogida de datos.

-Ha analizado la información recogida mediante la utilización de los métodos adecuados (técnicas estadísticas, contraste de hipótesis, análisis de probabilidades, etc.).

-Ha obtenido conclusiones sobre la evolución y comportamiento del mercado, sus puntos fuertes y débiles y las oportunidades detectadas.

1.2 Diseñar y/o asesorar en el diseño de productos turísticos concretos de base territorial, de modo que se satisfagan las expectativas de la demanda y se rentabilicen los recursos y la oferta de servicios del entorno. -Ha delimitado las posibilidades de explotación turística de la zona seleccionada.

-A partir de los objetivos fijados, ha definido, a su nivel, las posibilidades de creación de nuevos productos turísticos o la mejora de los ya existentes, y ha estudiado su viabilidad comercial, técnica y financiera.

-Ha definido, a su nivel, los parámetros y criterios que permitirán evaluar la calidad de dichos productos/servicios turísticos.

-Ha obtenido conclusiones y ha trasladado la información elaborada a sus superiores y/o a los responsables de la definición de la oferta turística de la zona o municipio en el tiempo y forma establecidos.

1.3 Organizar y controlar el desarrollo de los productos turísticos definidos de modo que resulten atractivos para su demanda potencial y se puedan comercializar. -Ha establecido y preparado, siguiendo las instrucciones recibidas, las acciones necesarias para el desarrollo de los productos turísticos definidos, determinando y organizando los recursos humanos y materiales necesarios.

-Ha determinado las personas y/o establecimientos involucrados en el desarrollo de los productos turísticos definidos.

-En su caso, ha organizado las acciones informativas y formativas necesarias para que dichas personas y establecimientos tengan conocimiento de los productos/servicios turísticos definidos y adquieran la capacitación prevista para el desarrollo correcto de los mismos.

-Ha dado las orientaciones previas para asegurar la ejecución de las acciones de acuerdo con el programa elaborado.

-Ha observado que el desarrollo del producto turístico se realiza en la forma y tiempo establecidos, cumpliendo con las especificaciones definidas y con el estándar de calidad previsto.

1.4 Organizar, ejecutar y controlar actos y programas de comercialización turística encaminados a la consecución de los objetivos comerciales fijados. -Ha aportado ideas y sugerencias a los responsables de la definición de la acción comercial en la zona acerca de:

La selección del público objetivo.

Los medios de comunicación, los soportes y las formas publicitarias más adecuados para llegar al público objetivo.

Las actuaciones de promoción.

La participación en eventos de ámbito local, provincial, nacional o internacional.

El diseño y preparación de materiales gráficos de promoción.

-Ha determinado para cada acto o programa de promoción:

Las condiciones de participación si es un acto externo a la entidad.

El «planning» temporal de las acciones y programas.

Los recursos humanos y materiales necesarios.

Las competencias y funciones de cada persona así como el plazo y las condiciones para su realización.

El «planning» horario del desarrollo de cada acto.

Los proveedores intervinientes en el proceso de montaje, decoración u otros servicios para la realización del acto.

-Ha organizado las actividades informativas y formativas necesarias para que las personas involucradas cuenten con los conocimientos y capacitación previstos.

-Ha asignado al personal involucrado las acciones y tareas previstas, controlando el desempeño y dando las orientaciones convenientes para asegurar la ejecución de las acciones de acuerdo con el programa elaborado.

-Ha participado en actos y programas de promoción atendiendo las peticiones de información turística sobre el destino, zona o producto turístico.

-Ha realizado visitas promocionales a clientes potenciales y ha distribuido material promocional y ofertas a los clientes potenciales y/o actuales.

-Ha controlado el desarrollo de la acción publi-promocional cuidando de que ésta se realice con arreglo a la programación prevista y ha informado a las personas y/o departamentos correspondientes en el tiempo y forma establecidos.

1.5 Evaluar la calidad de los servicios y equipamientos que componen el producto turístico de base territorial y su grado de aceptación. -Ha aplicado el sistema de control de calidad definido para evaluar los productos/servicios turísticos de la zona, comprobando el grado de cumplimiento de los parámetros y criterios definidos, analizando las posibles desviaciones y sus causas y aplicando, en su caso, las medidas correctoras oportunas.

-Ha recogido información acerca de la satisfacción de la demanda actual, mediante el método seleccionado y diseñado para la recogida de datos.

-Ha obtenido conclusiones trasladándolas a sus superiores jerárquicos en el tiempo y forma establecidos.

DOMINIO PROFESIONAL

a) Medios y/o tratamiento de la información: medios y equipos de oficina. Equipos y material fotográfico. Material promocional.

b) Productos o resultados del trabajo: información y documentación del mercado turístico estudiado. Creación, desarrollo y mejora de productos/servicios turísticos de la zona o localidad. Promoción de destinos y productos turísticos.

c) Procesos, métodos y procedimientos: gestión y tratamiento de información. Técnicas de marketing. Técnicas de comunicación. Técnicas de gestión económico-administrativas. Control de calidad.

d) Información: directrices y estrategias generales de la entidad. Información y documentación sobre mercados turísticos. Legislación turística general y particular. Información sobre acciones publi-promocionales y canales de distribución actuales y pasados de la entidad.

e) Personal y/u organizaciones destinatarias: departamentos de la empresa o entidad. Entidades públicas o privadas de promoción e información turística. Convention Bureau. Delegaciones de turismo de otros países presentes en el territorio nacional. Compañías aéreas y de transporte. Servicios de cultura y juventud de la Administración. Empresas turísticas. Particulares.

Unidad de Competencia 2: asistir y guiar grupos turísticos

Realizaciones Criterios de Realización

2.1 Evaluar y analizar el servicio turístico que debe prestar, comprobando su adaptación a los requerimientos del grupo y determinando sus necesidades o requisitos. -Ha obtenido la información sobre: el tipo de grupo, la ruta e itinerario propuesto, los transportes que deben utilizarse, los alojamientos, las visitas, las actividades y los proveedores previstos.

-Ha identificado la información suministrada al cliente.

-Ha elaborado un informe de evaluación de la adaptación del servicio previsto a los requerimientos del cliente, incluyendo alternativas a estos servicios que puedan mejorar el viaje o itinerario.

-Ha identificado los medios necesarios para la prestación del servicio y definido sus características (en las condiciones económicas establecidas) de:

La información relativa a visitas.

La información que prevé utilizar en el recorrido.

Los medios de difusión previstos.

2.2 Gestionar los medios necesarios para la realización del servicio, de modo que se asegure un cumplimiento pleno y atractivo. -Se ha asegurado de que posee la documentación de viaje aportada por la entidad organizadora y la información necesaria para la organización del servicio, referida a visitas, actividades y proveedores previstos, consultando, en su caso, las fuentes de información oportunas.

-Ha contactado con los prestatarios de los servicios asegurándose de que se cumplen las condiciones, precios y plazos previstos, comprobando su idoneidad y pertinencia según el recorrido determinado, previendo las sustituciones necesarias y recogiendo información sobre las personas de contacto y recepción del grupo en destino.

-Ha recogido, analizado y sintetizado la información que se ha de utilizar durante el recorrido.

-Ha solicitado a las empresas prestatarias de los servicios los soportes de información que hay que distribuir entre los participantes.

-Ha establecido los medios y formas adecuadas para promocionar la empresa u organización para quien trabaja.

-Ha establecido los mecanismos necesarios para la solución de las contingencias e imprevistos que se presenten, de modo que se asegure una alternativa para cada una de las actividades y servicios previstos.

2.3 Recoger, acoger, acompañar e informar al grupo, logrando que en todo momento se sienta seguro, convenientemente informado, atendido y entretenido. -Ha proporcionado a los participantes la información y la documentación relativas a:

Programa del viaje.

Lugar y hora de encuentro.

Medios de identificación, tanto del grupo como de sí mismo.

Información de interés con la que deben contar.

Documentos de los que deben disponer.

Medios para extender quejas sobre la organización del viaje o visita.

-Ha facilitado la información de viaje o ruta local de forma secuenciada y adaptada al resto de actividades, evitando los agobios y seleccionado el idioma y el nivel de comprensión necesario para todos los participantes, estimulando la curiosidad y el interés.

-Ha respondido con claridad y corrección a todas las preguntas formuladas por los miembros del grupo, solucionado sus dudas y ampliando la información cuando así le ha sido requerido.

-Ha asegurado su presencia en los lugares y momentos adecuados, solucionando los imprevistos de forma rápida y eficaz.

-Ha comprobado la presencia de los participantes, repasando y actualizando la lista facilitada por la entidad contratante.

-Ha coordinado el embarque de los participantes en el viaje de ida, en el «transfer», en los cambios de medio de transporte y en el viaje de regreso, teniendo en cuenta los trámites de emigración y aduanas.

-Ha asignado o coordinado la asignación de asientos, camarotes o departamentos a los participantes, evitando la separación de personas que viajan juntas y asegurando la equidad de la distribución.

-Ha comprobado el embarque y desembarque de equipajes, reclamando en su caso los extravíos producidos.

-Ha coordinado la entrada y salida de los alojamientos, supervisando la correcta asignación de habitaciones, comprobando que los servicios ofertados se ajustan a lo pactado con la entidad organizadora del viaje y que se han satisfecho las demandas y necesidades de los participantes.

-En todo momento ha mantenido la seguridad del grupo, evitando extravíos y accidentes.

2.4 Organizar y vender actividades facultativas, de modo que se respete el programa del establecimiento organizador y se amplíe el disfrute y conocimientos de los participantes.

-Ha comprobado la pertinencia de las actividades, atendiendo a los requerimientos y condiciones de la agencia de viajes o establecimiento organizador, a las posibilidades del lugar o lugares de destino y a las expectativas de los clientes.

-Ha valorado la oferta disponible, los proveedores y los precios de las actividades seleccionadas, informando de forma adecuada a los participantes.

-Ha acompañado e informado a los integrantes del grupo que, voluntariamente, han participado en la actividad, atendiendo sus demandas y solucionando los imprevistos.

-Ha establecido, para quienes no han acudido a la actividad, el programa adecuado para su disfrute, comprobando su seguridad.

-Ha dispuesto los medios de cobro adecuados al número de participantes y las normas establecidas en los lugares que se prevé visitar.

2.5 Evaluar el servicio realizado para comprobar el grado de satisfacción de los clientes y adaptar la programación de futuros servicios.

-Ha recogido la información proporcionada por los métodos establecidos para evaluar la satisfacción del cliente y el nivel de cumplimiento de los objetivos previstos.

-En su caso, ha realizado la liquidación de lo obtenido por las actividades complementarias, deduciendo su porcentaje.

-Ha organizado la información generada durante la prestación del servicio con el fin de:

Proporcionar a la agencia o entidad contratante un informe sobre los resultados del servicio. Enriquecer sus conocimientos y recursos para mejorar sus servicios en futuros contratos.

-Ha evaluado que la prestación de los servicios se corresponde con las condiciones establecidas y acordadas por el cliente.

DOMINIO PROFESIONAL

a) Medios de producción y/o de tratamiento de la información: medios de transporte. Instalaciones de los prestatarios de servicios turísticos. Medios y equipos de oficina. Medios propios de la actividad (micrófono, material fotográfico, vídeos ...).

b) Materiales y productos intermedios: información y documentos derivados de la gestión del viaje y/o itinerario a realizar. Gestión de los medios necesarios para la prestación del servicio.

c) Productos o resultados del trabajo: asistencia a grupos turísticos en «transfer», viajes, excursiones y visitas locales. Venta de actividades facultativas. Informe de evaluación del servicio prestado.

d) Procesos, métodos y procedimientos: gestión y tratamiento de información y documentación. Técnicas de animación y dinámica de grupos. Control de calidad.

e) Información: información y documentación sobre mercados turísticos. Planos y mapas. Documentos de viaje. Legislación turística.

f) Persona y/u organizaciones destinatarias: empresas turísticas. Grupos turísticos. Particulares.

Unidad de Competencia 3: gestionar servicios de información turística

Realizaciones Criterios de realización

3.1 Obtener, clasificar y procesar información de interés sobre el entorno con vistas a satisfacer las demandas de información turística de los clientes. -Ha identificado, evaluado y seleccionado las fuentes de información en función de su fiabilidad, periodicidad, continuidad y grado de elaboración.

-Ha establecido y aplicado un procedimiento de recogida y actualización de datos y documentos que permitan contar con información accesible y fiable.

-Ha seleccionado, adaptado y aplicado un método de tratamiento de la información que contemple criterios para su clasificación y formas de explotación adecuadas.

3.2 Atender las peticiones de los visitantes y residentes para cubrir sus necesidades de información, consejo y ayuda en relación con aspectos derivados de la actividad turística o de su estancia fuera de su lugar habitual de residencia. -Se ha provisto de los distintivos adecuados para que se reconozca su papel de informador turístico.

-Ha atendido los requerimientos del demandante del servicio, utilizando el medio adecuado, de forma clara y apropiada a cada caso, y satisfaciendo sus expectativas.

-Ha indicado al solicitante los lugares o instancias a los que debe dirigirse en caso de no poseer la información solicitada.

-Con fines estadísticos, ha registrado la demanda, consignando la hora, el tipo de cliente y la categoría de la información solicitada, en los formularios reglamentados de acuerdo con el sistema establecido.

-Ha atendido las reclamaciones de los usuarios de forma eficaz utilizando los canales adecuados para su resolución.

3.3 Planificar y controlar la actividad de una oficina de información turística, de modo que se adecue a las características del lugar en que se asienta y se cumplan los objetivos definidos. -Por medio de información directa y expresa, ha accedido al conocimiento de la planificación turística de la zona, de modo que pueda determinar el ámbito de actuación funcional y territorial de la oficina de información turística.

-Ha definido los objetivos de carácter particular para la oficina y, en su caso, los ha remitido a las instancias superiores correspondientes para su aprobación y modificación si ha resultado procedente.

-Ha recogido y analizado la demanda actual y potencial del servicio de información, de modo que se pueda adaptar el servicio del establecimiento.

-Ha determinado el procedimiento de control de calidad en la prestación del servicio de información estableciendo puntos de referencia y sistemas de evaluación.

-Ha elaborado un presupuesto de operaciones, ajustándose a los recursos disponibles.

-Ha establecido los medios para controlar y adaptar el servicio, adecuándose a los objetivos previstos y al tipo de demanda.

-Ha establecido un proceso de seguimiento adecuado del presupuesto de la oficina, realizando los cálculos necesarios para comprobar el nivel de cumplimiento de los objetivos económicos y detectar posibles desviaciones.

-Ha aplicado o propuesto medidas correctivas para adecuar los ingresos, si los hubiera, y gastos a las cifras presupuestadas.

-Ha informado sobre los resultados de su gestión a las personas u organismos correspondientes, en el tiempo y forma adecuados.

3.4 Organizar los recursos necesarios para prestar un servicio de información turística que satisfaga las necesidades de la demanda. -Ha planteado y desarrollado los programas para las opciones de actuación escogidas, previendo los recursos humanos y materiales necesarios para ejecutarlos.

-Ha establecido un procedimiento de difusión de la información que permita activar la utilización de la misma por parte de los usuarios potenciales y que garantice su correcta transmisión.

-Ha establecido la forma de organizar y gestionar el almacén, que permita una pronta localización individualizada de las aportaciones de los proveedores, así como su localización temática e idiomática, según las necesidades del establecimiento.

-Ha organizado y distribuido al personal a su cargo según los programas previstos, determinando los siguientes aspectos:

En su caso, reclutamiento y selección de candidatos.

Confeción de turnos, horarios y días libres.

Nivel de responsabilidad e independencia de los empleados.

Medios de control y evaluación del personal.

Propuestas de programas de formación, si es necesario.

-Ha establecido contactos con otros centros de información con los que se puedan intercambiar datos o compartir tareas.

-Ha distribuido el espacio físico de la oficina de forma que el servicio pueda ser prestado de forma eficaz.

-Ha señalado la oficina, tanto para su acceso desde el exterior como en sus secciones interiores, para una cómoda consulta.

-Ha definido el horario de atención y lo ha expuesto en lugar visible.

-Ha dispuesto los medios adecuados para aplicar el procedimiento de calidad definido a fin de evaluar y controlar la calidad del servicio, de modo que se adecue a los objetivos fijados y se satisfagan las expectativas de la demanda.

DOMINIO PROFESIONAL

a) Medios de producción y/o de tratamiento de la información: equipos y material de oficina. Material informativo y promocional.

b) Productos o resultados del trabajo: información y documentación de mercados turísticos. Servicios de atención e información turística en destino adecuado a cada tipo de demanda y cliente. Promoción de productos y destinos turísticos.

c) Procesos, métodos y procedimientos: gestión y tratamiento de información y documentación. Técnicas de comunicación. Técnicas de marketing. Técnicas de gestión económico-administrativas. Control de calidad.

d) Información: planificación estratégica del destino o zona turística. Información y documentación sobre mercados turísticos. Información económico-administrativa de la entidad. Legislación turística específica. Información sobre servicios locales.

e) Personal y/u organizaciones destinatarias: delegaciones de turismo de otros países presentes en el territorio nacional. Compañías aéreas y de transporte. Servicios de cultura y juventud de la Administración. Entidades públicas y/o privadas de promoción e información turística. Empresas turísticas. Clientes particulares.

2.2 Evolución de la competencia profesional.

2.2.1 Cambios en los factores tecnológicos, organizativos y económicos.

Los cambios producidos en la sociedad actual han supuesto variaciones en las motivaciones de los turistas y en consecuencia, la reducción progresiva de ciertas actividades turísticas tradicionales (vacaciones de sol y playa) y la aparición de actividades y productos turísticos nuevos.

Estos nuevos productos turísticos ofrecen interesantes perspectivas al turista de calidad, minoritario pero creciente, que busca, principalmente:

Diversificación de la oferta turística e información más completa sobre dicha oferta.

Confort y estética ambiental en los destinos turísticos.

Calidad y personalización en las prestaciones turísticas.

Participación activa en la planificación y desarrollo de su tiempo de ocio.

La aparición de nuevas tecnologías de comunicación y de comercialización y los grandes avances en los medios de transporte, están influyendo notablemente en la evolución de las actividades de información y comercialización en el sector turístico, dotándolas de gran rapidez y agilidad en todo tipo de gestiones.

Las oficinas de información tienden a diversificar y ampliar sus servicios, convirtiéndose en entes más complejos, que se acercan al concepto europeo de servicio de información y que responden y se adaptan mejor a las necesidades de la demanda turística.

Por otro lado, se prevén cambios organizativos en las empresas del sector, debido no sólo a las nuevas tecnologías, sino también a la competencia a la que da lugar la integración europea. Existe una tendencia creciente a la concentración empresarial, que permite unificar esfuerzos y mantener una postura más competitiva en el mercado.

2.2.2 Cambios en las actividades profesionales.

El Técnico Superior en Información y Comercialización Turísticas tiene tres grandes áreas de desarrollo de la actividad: el diseño y la comercialización de productos turísticos locales o regionales, la asistencia y guía de grupos y la información y asistencia turística en destinos.

En cuanto al diseño y la comercialización, se prevé una tendencia a la especialización de estos profesionales en los distintos productos turísticos (dependiendo de la evolución de la demanda turística en cada momento), así como un incremento de autonomía y responsabilidad en el desarrollo de acciones de comercialización.

La asistencia y guía de grupos evoluciona hacia una mayor autonomía en la planificación de las actividades propias de este profesional y una mayor valoración de la actividad de asistencia y animación en ruta, para procurar el abandono de la actitud pasiva que tradicionalmente adopta el turista cuando viaja en grupo.

Las oficinas o puntos de información turística, -como se ha expuesto-, tienden a convertirse en oficinas de servicios más complejas, por lo que los profesionales que las atienden tendrán que adaptarse a las nuevas demandas (venta de material informativo,

planificación de actividades de ocio, reserva de servicios en establecimientos, etc.) que el mercado turístico vaya determinando en su evolución.

2.2.3 Cambios en la formación.

Esta figura se caracteriza por cubrir un campo profesional amplio y orientarse a la realización de unas actividades emergentes y nuevas, sobre todo las referidas al diseño de productos turísticos.

Ello va a determinar la necesidad creciente de formación y actualización, todo lo cual permitirá a estos profesionales: profundizar en el conocimiento de productos turísticos concretos, manejar las nuevas tecnologías de información y comercialización que vayan surgiendo en cada momento, adaptarse al entorno donde desarrollen su labor profesional, y mantenerse actualizados en cuanto al conocimiento del mercado.

Además, al existir una normativa legal que puede condicionar sus actividades profesionales: normas de ordenación del territorio, condiciones para el ejercicio de la actividad de guía en cada lugar, ayudas y subvenciones de la Administración (Central, Autonómica o Local) o de la CEE para determinadas iniciativas turísticas, etc., necesitarán también estar al día en el conocimiento de la legislación vigente.

El Técnico Superior en Información y Comercialización Turísticas requerirá el perfeccionamiento creciente de su nivel de idiomas.

2.3 Posición en el proceso productivo.

2.3.1 Entorno profesional y de trabajo.

Esta figura ejercerá su trabajo en el sector de «Hostelería y Turismo», prestando servicios de información y asesoramiento, asistencia a grupos, comercialización, promoción y planificación turística.

Los distintos tipos de empresas y entidades en los que puede desarrollar su actividad son:

Agencias de viajes, «touroperadores» y otras empresas o entidades mediadoras y comercializadoras de servicios turísticos y viajes.

Entidades de planificación turística.

Entidades de información y promoción turística.

Empresas de consultoría.

No obstante, puede ubicarse en otro tipo de empresas del sector en las funciones de comercialización de productos y/o servicios turísticos.

Además, este profesional puede trabajar como autónomo, principalmente cuando ofrece servicios de asistencia a grupos turísticos. Sus principales contratantes, en este caso, serán las empresas mediadoras y comercializadoras de servicios turísticos y de viajes.

2.3.2 Entorno funcional y tecnológico.

El Técnico Superior en Información y Comercialización Turísticas se ubica en las funciones/subfunciones de diseño y preparación de productos/servicios turísticos, de atención al cliente y de comercialización de servicios turísticos.

Las técnicas y conocimientos tecnológicos abarcan los siguientes campos:

Investigación de mercado.

Diseño de productos turísticos.

Técnicas de asistencia y guía de grupos.

Técnicas y procedimientos de información turística.

Técnicas de marketing operacional.

Atención al cliente: técnicas de comunicación y expresión y habilidades sociales.

Idiomas.

2.3.3 Ocupaciones, puestos de trabajo tipo más relevantes.

A título de ejemplo y con fines de orientación profesional, se enumeran a continuación un conjunto de ocupaciones o puestos de trabajo que podrían ser desempeñados adquiriendo la competencia profesional definida en el perfil del título:

- Informador turístico-Jefe de oficina de información turística
- Técnico en organización de ferias y eventos.
- Promotor turístico.
- Guía de turismo.
- «Transferista».
- Investigador de mercados turísticos.
- Guía local.
- Dinamizador de núcleos y destinos turísticos.
- Relaciones públicas.
- Asistente de publicidad/promoción.
- Técnico en planificación turística local.

3. Enseñanzas mínimas

3.1 Objetivos generales del ciclo formativo.

Identificar fuentes de información que permitan analizar la oferta y la demanda turística internacional, nacional y local.

Analizar e interpretar información del mercado turístico identificando y aplicando los procedimientos adecuados para su tratamiento conforme a los objetivos que se pretenden.

Evaluar la potencialidad turística de los recursos naturales y culturales de una zona, ruta o localidad.

Evaluar diferentes estrategias de comercialización de productos y servicios turísticos, estimando las acciones de comunicación que mejor se adaptan a situaciones de mercado concretas.

Analizar, organizar y aplicar procedimientos de planificación, organización y control de los servicios de información turística.

Analizar las distintas modalidades de prestación de los servicios de asistencia y guía turísticas, describiendo y relacionando las principales funciones y los procedimientos de trabajo.

Dominar estrategias de comunicación para transmitir y recibir información correctamente y resolver situaciones conflictivas, tanto en el ámbito de las relaciones en el entorno de trabajo como en las relaciones con los clientes, expresándose de forma correcta, al menos, en dos lenguas extranjeras.

Evaluar las características y comportamientos de los grupos humanos y aplicar técnicas de dinámica de grupos.

Actuar, utilizando con autonomía los conocimientos técnicos y el saber hacer necesarios y proponiendo mejoras en los procedimientos establecidos y soluciones a las contingencias de trabajo.

Comprender el marco legal, económico y organizativo que regula la actividad turística, identificando los derechos y obligaciones que se derivan de las relaciones laborales.

Sensibilizar a los demás respecto de los efectos negativos que determinados modos operativos y condiciones de trabajo pueden producir sobre la salud personal y colectiva, proponiendo medidas correctivas y protecciones adecuadas que mejoren las condiciones de seguridad.

Analizar, adaptar y, en su caso, generar, documentación técnica para la mejor información y orientación de personal colaborador dependiente.

Seleccionar y valorar críticamente las diversas fuentes de información relacionadas con su profesión, que le permitan el desarrollo de su capacidad de autoaprendizaje y

posibiliten la evolución y adaptación de sus capacidades profesionales a los cambios tecnológicos y organizativos del sector.

Desarrollar la iniciativa y el sentido de la responsabilidad, la identidad y la madurez profesional que permitan mejorar la calidad del trabajo y motivar hacia el perfeccionamiento profesional.

3.2 Módulos profesionales asociados a una Unidad de Competencia.

Módulo profesional 1: diseño y comercialización de productos turísticos locales y regionales

Asociado a la Unidad de Competencia 1: comercializar destinos y crear productos turísticos de base territorial

Capacidades Terminales Criterios de Evaluación

1.1 Analizar información del mercado turístico de una zona o localidad que permita detectar oportunidades de creación y/o desarrollo de productos turísticos. -

Enumerar, describir e interrelacionar las variables que conforman la oferta y la demanda turísticas de una zona determinada.

-Identificar y describir las fuentes de información turística más relevantes.

-Analizar métodos de recogida de datos y técnicas de tratamiento de los mismos apropiados al mercado turístico.

-A partir de un supuesto dado:

Seleccionar y adaptar el método de recogida de datos más idóneo.

Seleccionar y adaptar las técnicas de tratamiento de la información.

Identificar los segmentos de mercado susceptibles de desarrollo o lanzamiento de nuevos productos.

Interpretar los resultados obtenidos.

1.2 Evaluar la potencialidad turística de los recursos culturales y naturales y de la oferta de servicios en un ámbito local, seleccionando aquellos susceptibles de ser incluidos en un producto turístico. -Identificar el conjunto de recursos de una zona dada.

-Definir criterios para valorar los recursos disponibles, atendiendo a su potencialidad turística.

-Interrelacionar los criterios definidos y los recursos identificados.

-Seleccionar los recursos que mejor se adecuen a las necesidades detectadas en el mercado.

-Elaborar un inventario de los recursos turísticos y oferta básica y complementaria, tanto actuales como potenciales, susceptibles de ser incluidos en un producto turístico.

1.3 Definir productos turísticos en un ámbito local, basándose en el análisis del mercado turístico de la zona. -Describir los distintos tipos de turismo, identificando las modalidades que se pueden desarrollar en un ámbito local convenientemente caracterizado.

-Definir los componentes que caracterizan un producto turístico: recursos geoturísticos, oferta básica, oferta y servicios complementarios.

-A partir de un supuesto práctico convenientemente caracterizado:

Elaborar un proyecto de creación o desarrollo de un producto turístico en un ámbito local.

Definir los componentes que caracterizan el producto.

Razonar las acciones necesarias para el desarrollo del producto.

Justificar su oportunidad.

Analizar la viabilidad.

Aplicar la legislación vigente sobre urbanismo, turismo y medio ambiente y ordenación turística.

Fijar la estrategia de comercialización.

Elaborar una planificación temporal de acciones para su desarrollo.

1.4 Evaluar distintas estrategias de comercialización turística en un ámbito local acordes con las características de los recursos y servicios turísticos del entorno. - Describir y analizar las diferentes estrategias y medios de distribución del mercado turístico.

-Describir y valorar las diferentes estrategias de comunicación.

-A partir de información suministrada sobre un producto turístico de ámbito local, elaborar un proyecto para su comercialización, que contenga:

La estrategia y los canales de distribución.

El ámbito geográfico, el público objetivo y las acciones de comunicación adecuados al producto.

Los instrumentos de comunicación en los que se canalizarán dichas acciones.

La estimación de los costes, el alcance y los posibles resultados de las acciones definidas.

CONTENIDOS BASICOS (Duración 120 horas)

a) El sector turístico:

El marco económico y social.

Los servicios y equipamientos turísticos.

La estructura de comercialización en el sector.

Las profesiones turísticas.

La planificación turística.

b) Recursos turísticos del entorno:

Recursos.

Elaboración de inventarios turísticos.

Técnicas para la evaluación de los recursos turísticos.

c) Planificación territorial:

Urbanismo.

Turismo y medio ambiente.

Ordenación turística.

d) Investigación del mercado turístico:

Fuentes de información.

Técnicas de investigación y de tratamiento de la información.

Técnicas de tratamiento de la información.

La oferta y la demanda turística nacional, regional y local.

La demanda turística nacional, regional y local.

e) Creación y desarrollo de productos turísticos locales y regionales:

Tipología y características de productos turísticos.

Proceso de definición o redefinición de un producto.

Proyectos de desarrollo de productos turísticos.

f) Marketing turístico:

El marketing «mix».

El plan de marketing.

g) La comunicación:

La publicidad.

La promoción.

El marketing directo.

Planificación y control de acciones de comunicación.

Organización de eventos promocionales.

Módulo profesional 2: asistencia y guía de grupos

Asociado a la Unidad de Competencia 2: asistir y guiar grupos turísticos

Capacidades Terminales Criterios de Evaluación

2.1 Analizar las distintas modalidades, procesos y funciones de la actividad de guía y asistencia a los grupos. -Distinguir las distintas modalidades de la actividad y enumerar las características de los servicios que se prestan, atendiendo a la legislación vigente.

-Describir las fases fundamentales del desarrollo de la actividad de guía y asistencia turística, atendiendo al tipo de servicio.

-Identificar, describir e interpretar los documentos de viaje más usuales que aportan las agencias de viajes y medios de transporte.

-Enumerar y describir las fuentes de información turística, relacionándolas con la actividad de asistencia y guía turísticas.

-Describir los procesos y trámites habituales en aeropuertos, estaciones y medios de transporte, cuando se asiste o guía un grupo.

-Identificar y seleccionar las disposiciones legales que afectan al movimiento de viajeros entre países y aduanas, destacando la vigente en el ámbito de la CEE.

-Describir las contingencias que habitualmente se producen en el desarrollo de la actividad, justificando las medidas que se pueden adoptar para evitarlos y/o solucionarlos.

-Identificar actividades complementarias susceptibles de ser realizadas y/o propuestas por un guía y señalar los derechos económicos del profesional en estos casos.

2.2 Analizar las relaciones de los profesionales de la asistencia y guía de grupos con las empresas y profesionales del sector. -Describir las distintas empresas y entidades vinculadas al sector de hostelería y turismo, explicando sus estructuras organizativas y funcionales habituales y los servicios que prestan.

-Identificar y definir las relaciones funcionales y contractuales que habitualmente mantienen los profesionales de la asistencia y guía de grupos turísticos con entidades y profesionales del sector.

2.3 Determinar y confeccionar itinerarios turísticos y analizar su viabilidad. -A partir de supuestos grupos turísticos interesados en una determinada ruta o destino y debidamente caracterizados:

Concretar el ámbito territorial y temporal del itinerario.

Identificar las fuentes de información turística que sea preciso consultar.

Programar los distintos servicios y actividades, en función de las características del grupo supuesto, ajustándose a la temporalización establecida.

Sintetizar la información recogida, relacionándola con el grupo a que se dirige y organizándola en función del itinerario previsto. Justificar la viabilidad del itinerario.

2.4 Analizar las características y el comportamiento de los diferentes tipos de grupos turísticos que habitualmente participan en viajes organizados. -Explicar los métodos y las variables utilizados para el estudio del comportamiento de un grupo.

-Identificar las características sociales de diferentes grupos turísticos.

-Explicar los papeles y actitudes individuales que se pueden encontrar entre los miembros de un grupo, identificando los problemas de relación que plantean.

-Identificar medidas de retroalimentación que se pueden utilizar ante un grupo turístico para ajustar las actividades a los comportamientos observables.

2.5 Analizar técnicas de dinámica de grupos adecuadas a diferentes públicos turísticos. -Explicar las técnicas de dinámica de grupos adecuadas al desarrollo de la actividad de asistencia y guía turística.

-Relacionar el empleo de determinadas técnicas de dinámica de grupos con las fases de desarrollo de un viaje y las situaciones que se pueden crear en el seno de un grupo.

-Analizar las actitudes que el guía debe mantener a lo largo de un viaje, relacionándolas con diferentes situaciones.

-Identificar y describir las técnicas de motivación y liderazgo aplicables a la asistencia y guía de grupos turísticos.

-Describir las técnicas de comunicación verbal y no verbal propias de la actividad.

-Describir los canales a través de los cuales se puede ofrecer información a un grupo de viajeros, explicando sus normas de uso y aplicaciones.

-A partir de diferentes supuestos de viajes y visitas organizados:

Establecer la programación de las explicaciones informativas ofertadas.

Expresarse oralmente, de forma directa o con otros medios de amplificación, con tono, ritmo, volumen de voz y expresión gestual adecuados a la situación.

Utilizar las normas de acogida y despedida adecuadas y en el idioma preciso.

CONTENIDOS BASICOS (Duración 80 horas)

a) Tipología y características de la actividad de asistencia y guía de grupos:

Legislación sobre viajeros en tránsito y aduanas.

Trámites aduaneros.

Derechos del viajero.

Seguros de viajes.

Consulados y embajadas.

b) Regulación de la actividad profesional:

Legislación de ámbito nacional y autonómico.

Normas comunitarias.

Relaciones contractuales de los guías con las entidades contratantes.

c) Técnicas de programación de itinerarios turísticos:

Elementos de la programación.

Metodología.

d) Técnicas de asistencia y animación de grupos:

Los grupos turísticos.

Dinamización de grupos.

Animación en ruta.

e) Técnicas de comunicación aplicadas a la actividad:

Definición, elementos y tipos de comunicación.

Etapas del proceso. «Retroalimentación».

Dificultades en la comunicación.

Las relaciones públicas.

f) La naturaleza y el arte como recursos turísticos:

Arte y entorno.

Métodos para la explicación de obras artísticas y de recursos naturales.

Módulo profesional 3: información turística en destino

Asociado a la Unidad de Competencia 3: gestionar servicios de información turística

Capacidades Terminales Criterios de Evaluación

3.1 Analizar y valorar los tipos de centros y servicios de información turística explicando su función en el sector turístico. -Diferenciar los distintos tipos de centros y servicios de información turística, explicando sus características y funciones.

-Estimar la función de los centros de información turística en el mercado turístico actual.

-Describir los servicios que prestan los centros de información turística.

-Identificar las disposiciones legales que regulan el funcionamiento de los centros y oficinas de información turística, precisando sus implicaciones.

3.2 Analizar y diferenciar las estructuras organizativas y funcionales más frecuentes de los servicios de información turística. -Explicar diferentes formas de organización de un servicio de información turística.

-Confeccionar organigramas representativos de servicios de información turística según diferentes tipologías.

-Identificar sobre un gráfico la ubicación de los elementos materiales de un centro o departamento de información turística, en función de su tipología y los servicios que presta, justificando su distribución según criterios de ergonomía y fluidez del trabajo.

-Describir las relaciones externas de trabajo y/o colaboración que puede mantener un servicio de información turística.

3.3 Identificar y analizar fuentes de información que permitan formar un fondo de documentación turística actualizado y adaptado al público objetivo. -Identificar y describir las fuentes de información turística más relevantes.

-Calificar las fuentes de información turística en función de su fiabilidad, periodicidad, continuidad y grado de elaboración.

-Describir métodos de recogida y actualización de datos.

-Reconocer los elementos que componen los materiales informativos y registrarlos en un soporte.

3.4 Analizar y aplicar los procedimientos de gestión de la información en un servicio de información turística, describiendo sus aplicaciones. -Identificar los documentos propios de un servicio de información, explicando el modo de cumplimentarlos.

-Describir los circuitos y tipos de información interna y externa producida por el desarrollo de la actividad.

-Reconocer y aplicar criterios de clasificación y ordenación de un fondo documental.

-Distinguir y aplicar métodos de obtención, archivo y disposición de la información.

3.5 Analizar las necesidades de información y atención que habitualmente se demandan en las oficinas o servicios de información turística y su resolución más adecuada. -Describir los tipos de demanda de información más usuales en un servicio de información turística.

-Describir el proceso de una solicitud de información.

-Explicar los métodos de recuperación de información, atendiendo a los medios materiales y a los sistemas de clasificación.

-Describir las situaciones en las que, habitualmente, se formulan reclamaciones o pueden darse situaciones de conflicto y su modo de resolución más conveniente.

-Identificar la legislación vigente aplicable sobre protección del consumidor.

-Explicar técnicas de comunicación verbal y no verbal, relacionándolas con las situaciones analizadas.

-En supuestos prácticos de demanda de información:

Identificar, seleccionar y analizar información turística y/o de interés general según las situaciones.

Resolver necesidades concretas de información, directamente y a través del teléfono, adaptándola según tipos de establecimientos y clientes.

Recuperar información y servirla a los supuestos usuarios.

-En supuestos prácticos de presentación de reclamaciones debidamente caracterizados:

Proponer soluciones de consenso entre las partes, demostrando una actitud segura, correcta y objetiva.

-Informar y asesorar adecuadamente de los derechos y posibles acciones que se pueden emprender para la presentación de una reclamación.

-Registrar las consultas y reclamaciones presentadas en la forma y procedimientos idóneos.

CONTENIDOS BASICOS (Duración 80 horas)

a) El servicio de información turística:

Tipologías.

Organización y funciones.
Servicios de un centro de información turística.
Legislación aplicada.
Relaciones con otras actividades y empresas turísticas.
Formas de financiación.
Los centros de información turística en la CEE.
Promoción de los servicios propios de los CIT.
Comunicaciones internas y externas.
b) Fuentes de información turística:
El proceso documental. La recuperación de documentos.
Identificación y valoración de fuentes de información.
Bancos y bases de datos.
Sistemas de archivo.
Catalogación y análisis documental.
Actualización.
c) Información, orientación y asistencia turística:
Técnicas de acogida y habilidades sociales aplicadas al servicio de información turística.
Técnicas de protocolo e imagen personal.
Tipologías de clientes.
La protección del consumidor en España y en la CEE. Derechos del consumidor.
Reclamaciones y denuncias en empresas turísticas.
d) Gestión administrativa:
Confeción de informes.
Seguros de viajes.
Tratamiento administrativo de reclamaciones y quejas.
Visados.
Divisas.
Documentación bancaria.
Control estadístico.
e) Ofimática aplicada:
Informática aplicada a los centros de información turística.
Automatización de los servicios de información turística.
Centrales de reservas.
Utilización de bancos y bases de datos.

3.3 Módulos profesionales transversales.

Módulo profesional transversal 4: productos y destinos turísticos nacionales e internacionales

Capacidades Terminales Criterios de Evaluación

4.1 Analizar las motivaciones de la demanda del mercado turístico español para estimar su evolución. -Describir las variables que orientan los cambios en las motivaciones de la demanda turística.

-Explicar las motivaciones de la demanda nacional e internacional en el mercado turístico actual y su previsible evolución.

-Distinguir los criterios que determinan el interés turístico de un producto o destino, en función de su demanda.

4.2 Analizar los principales productos y destinos turísticos nacionales y la estructura de la oferta turística española. -Identificar y describir los principales productos y destinos turísticos del mercado español.

-Describir la potencialidad turística de los productos y destinos anteriormente identificados, caracterizándolos adecuadamente.

-Relacionar las motivaciones de la demanda con los productos y destinos turísticos españoles.

4.3 Analizar los principales productos y destinos turísticos internacionales y la estructura de la oferta turística internacional. -Identificar y describir los principales productos y destinos turísticos del mercado internacional.

-Describir la potencialidad turística de los productos y destinos anteriormente identificados, caracterizándolos adecuadamente.

-Relacionar las motivaciones de la demanda española con los productos y destinos turísticos identificados.

CONTENIDOS BASICOS (Duración 55 horas)

a) España como producto turístico:

Un destino multiproducto.

Turismo de sol y playa.

Turismo urbano.

Turismo cultural.

Turismo de congresos.

Turismo itinerante: grandes rutas.

Turismo rural.

Turismo verde: parques naturales.

Turismo de aventura.

Turismo deportivo.

Turismo náutico.

Turismo de salud.

Turismo de invierno.

Turismo joven.

Otros recursos turísticos de España.

b) Destinos turísticos internacionales:

Destinos de sol y playa.

Destinos urbanos.

Destinos culturales.

Grandes rutas turísticas.

Destinos de turismo rural.

Destinos de turismo verde: parques naturales.

Destinos de turismo de aventura.

Destinos de turismo náutico.

Destinos de turismo de salud.

Destinos turísticos de invierno.

Destinos de turismo joven.

Circuitos profesionales y de negocios.

Otros recursos turísticos internacionales.

c) Productos turísticos nacionales e internacionales según medios de transporte:

Grandes rutas terrestres europeas.

Trenes turísticos.

Cruceros fluviales y marítimos.

Módulo profesional transversal 5: lengua extranjera

Capacidades Terminales Criterios de Evaluación

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. -A partir de una conversación telefónica simulada:

Pedir información sobre un aspecto concreto puntual 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.

5.2 Interpretar información escrita en lengua extranjera, tanto en el ámbito económico, jurídico y financiero propio del sector, como en el ámbito sociocultural, analizando los datos fundamentales para llevar a cabo las acciones oportunas. -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.

-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:

Presentarse.

Informar e informarse, utilizando el lenguaje con corrección y propiedad y observando las normas de comportamiento que requiera el caso.

CONTENIDOS BASICOS (Duración 90 horas)

a) Uso de la lengua oral:

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.

Facilitar la comunicación, utilizando todas las habilidades y estrategias posibles, para poder afrontar cualquier tipo de situación de relación personal y/o laboral.

b) Uso de la lengua escrita:

Comprensión y redacción global y específica de documentos visuales, orales o escritos relacionados con aspectos profesionales.

Utilización de la terminología específica, seleccionando la acepción correcta en el diccionario técnico según el contexto de la traducción.

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.

Aplicación de fórmulas y estructuras hechas utilizadas en la comunicación escrita.

c) Aspectos socioculturales:

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

Módulo profesional transversal 6: segunda lengua extranjera

Capacidades Terminales Criterios de Evaluación

6.1 Comprender y producir mensajes orales en lengua extranjera en situaciones diversas de comunicación: habituales, personales y profesionales. -Proyectado un vídeo de carácter informativo sobre el sector profesional de interés para el alumno:

Identificar oralmente en la lengua extranjera los elementos más destacados del mensaje emitido.

Hacer un breve resumen oral en la lengua extranjera.

-A partir de unas instrucciones recibidas realizar una llamada telefónica simulada identificándose, preguntando por la persona adecuada, pidiendo información sobre datos concretos 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 socio-profesionales 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.

-Cumplimentar 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 BASICOS (Duración 90 horas)

a) Uso de la lengua oral:

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 socio-profesional.

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 ...).

Incorporación al repertorio productivo de nuevas funciones comunicativas (hacer hipótesis, suposiciones, contradecir, persuadir, argumentar, etc.).

Reconocimiento de vocabulario y estructuras lingüísticas falsamente semejantes en las lenguas conocidas para evitar errores previsibles.

b) Uso de la lengua escrita:

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.

c) Aspectos socioculturales:

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

3.4 Módulo profesional de formación en centro de trabajo:

Capacidades Terminales Criterios de Evaluación

Realizar las tareas de apoyo que se derivan del estudio del mercado turístico de una zona o localidad. -Obtener datos de fuentes de información secundarias acerca del mercado turístico.

-Obtener información diseñando y aplicando diferentes instrumentos.

-Identificar el conjunto de recursos turísticos de una zona o localidad y clasificarlos, atendiendo a su naturaleza (recursos naturales y culturales) y a su potencialidad turística.

-Identificar la oferta turística básica y complementaria de la zona.

-Colaborar en el estudio de la demanda turística actual y potencial de la zona a través de los datos obtenidos.

Realizar, a su nivel, tareas de diseño y/o desarrollo de productos turísticos locales. -

Aportar sugerencias sobre las posibilidades de mejora o desarrollo de productos turísticos, basándose en el estudio realizado.

-Identificar posibles ayudas de las diferentes administraciones, local, autonómica o estatal, o de programas europeos, que aporten apoyo económico o de gestión para el desarrollo o puesta en marcha de iniciativas turísticas.

-Colaborar en los estudios de viabilidad de desarrollo o mejora de productos turísticos.

-Preparar, siguiendo las instrucciones recibidas, las acciones que se deben llevar a cabo para el desarrollo o mejora de los productos turísticos.

-Colaborar en el seguimiento del desarrollo de los productos turísticos.

Colaborar en la comercialización de un producto o destino turístico. -Preparar, siguiendo las instrucciones recibidas, acciones de comercialización de un determinado producto o destino turístico.

-Realizar el estudio de costes de las acciones comerciales.

-Desarrollar acciones comerciales bajo supervisión.

-Preparar y desarrollar acciones de comercialización de un determinado producto o destino turístico utilizando, en caso necesario, una lengua extranjera.

Planificar el acompañamiento de un grupo en una visita o viaje organizado, identificando y recopilando la documentación y la información necesaria. -Identificar las características y posibilidades de la ruta o visita.

-Identificar, seleccionar y recopilar información útil y referente al lugar o lugares que se pueden visitar.

-Comprobar que se dispone de la documentación necesaria y requerida en el viaje.

-Diseñar o colaborar en el diseño de un modelo de encuesta que permita conocer el nivel de satisfacción de los turistas tras la prestación del servicio.

Acompañar y atender a grupos en «transfer» y visitas locales. -Verificar que todos los componentes del grupo disponen de la documentación necesaria.

-Recoger, acoger, acompañar e informar al grupo correctamente, logrando que en todo momento se sienta seguro, convenientemente informado y atendido.

-Obtener, a través del cuestionario diseñado, las opiniones de los viajeros acerca del servicio realizado.

-Elaborar un informe de cada «transfer» o visita realizada que contenga información sobre el cumplimiento de la programación establecida, las desviaciones detectadas y las soluciones adoptadas y el nivel de satisfacción de los componentes del grupo.

-Llevar a cabo las acciones necesarias en el acompañamiento a grupos en «transfer», utilizando, en caso necesario, una lengua extranjera.

Atender, a su nivel, las necesidades de información y asistencia de los usuarios de un centro o servicio de información turística, utilizando los medios disponibles y aplicando los procedimientos establecidos. -Resolver las situaciones más habituales de solicitud de información, directamente o a través de otros medios (teléfono, fax, carta,

etc.), aportando al usuario los documentos adecuados a la demanda de información realizada.

-Atender adecuadamente los casos de presentación de reclamaciones:

Informando y asesorando de los derechos y posibles acciones que se deben emprender para la presentación de una reclamación.

Demostrando una actitud segura correcta y objetiva.

-Registrar las consultas y reclamaciones adecuadamente.

-Cumplimentar los documentos requeridos para la gestión administrativa del centro.

-Clasificar documentos, folletos, revistas y materiales gráficos e informativos de acuerdo con el sistema establecido.

-Proporcionar la información requerida y atender las reclamaciones presentadas utilizando, en caso necesario, una lengua extranjera.

Colaborar con los responsables de la organización de un Centro de Información

turística en las funciones propias de su cargo. -Realizar la planificación del trabajo de un período.

-Analizar los resultados de la actividad diaria.

-Realizar informes a partir de los datos estadísticos obtenidos.

Comportarse de forma responsable en el centro de trabajo y mientras esté representando a la empresa o entidad e integrarse en el sistema de relaciones técnico profesionales. -Incorporarse puntualmente al puesto de trabajo, disfrutando de los descansos permitidos y no abandonando la actividad antes de los establecidos sin motivos debidamente justificados y comunicados a las personas responsables.

-Interpretar y ejecutar con diligencia e iniciativa las instrucciones recibidas y responsabilizarse del trabajo asignado, comunicándose eficazmente con la persona adecuada en cada momento.

-Observar los procedimientos y normas internas establecidas en el centro de trabajo y respetar la estructura de mando de la empresa, o entidad en la que se encuentre.

-Asumir las normas y los procedimientos de trabajo, participando en las mejoras de calidad y productividad.

-Identificar las repercusiones de su trabajo en la actividad y en el logro de los objetivos de la organización.

-Coordinar la actividad propia con la del resto del personal para estimar procedimientos y distribución de tareas, informando de cualquier cambio, necesidad relevante o contingencia no prevista.

-Mantener relaciones interpersonales fluidas y correctas con los miembros del centro de trabajo.

-Demostrar un buen hacer profesional, cumpliendo los objetivos y tareas asignadas en orden de prioridades y con criterios de productividad y eficacia en el trabajo.

-Ser receptivo a las consideraciones y observaciones que se hagan sobre la actitud demostrada y las tareas desarrolladas.

-Realizar, si procede, el relevo obteniendo toda la información disponible del antecesor y/o transmitiendo la información relevante derivada de su permanencia en el puesto de trabajo.

Duración 220 horas.

3.5 Módulo profesional de formación y orientación laboral:

Capacidades Terminales Criterios de Evaluación

Determinar actuaciones preventivas y/o de protección, minimizando los factores de riesgo y las consecuencias para la salud y el medio ambiente que producen. -

Identificar las situaciones de riesgo más habituales en su ámbito de trabajo, asociando las técnicas generales de actuación en función de las mismas.

-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.

-Proponer actuaciones preventivas y/o de protección correspondientes a los riesgos más habituales, que permitan disminuir sus consecuencias.

Aplicar las medidas sanitarias básicas inmediatas en el lugar del accidente en situaciones simuladas. -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.

-Identificar la secuencia de medidas que deben ser aplicadas en función de las lesiones existentes en el supuesto anterior.

-Realizar la ejecución de técnicas sanitarias (RCP, inmovilización, traslado ...), aplicando los protocolos establecidos.

Diferenciar las modalidades de contratación y aplicar procedimientos de inserción en la realidad laboral como trabajador por cuenta ajena o por cuenta propia. -Identificar las distintas modalidades de contratación laboral existentes en su sector productivo que permite la legislación vigente.

-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.

Orientarse en el mercado de trabajo, identificando sus propias capacidades e intereses y el itinerario profesional más idóneo. -Identificar y evaluar las capacidades, aptitudes 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.

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 tecnológica ...), objeto de negociación.

Describir las posibles consecuencias y medidas, resultado de la negociación.

-Identificar las prestaciones y obligaciones relativas a la Seguridad Social.

Interpretar los datos de la estructura socioeconómica 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 macro-económicas y analizar las relaciones existentes entre ellas.

Analizar la organización y la situación económica de una empresa del sector, interpretando los parámetros económicos que la determinan. -Explicar las áreas funcionales de una empresa 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 BASICOS (Duración 35 horas)

a) Salud laboral:

Condiciones de trabajo y seguridad.

Factores de riesgo: medidas de prevención y protección.

Organización segura del trabajo: técnicas generales de prevención y protección.

Primeros auxilios.

b) Legislación y relaciones laborales:

Derecho laboral: Nacional y Comunitario.

Seguridad Social y otras prestaciones.

Negociación colectiva.

c) Orientación e inserción socio-laboral:

El proceso de búsqueda de empleo.

Iniciativas para el trabajo por cuenta propia.

Análisis y evaluación del propio potencial profesional y de los intereses personales.

Itinerarios formativos/profesionalizadores.

Hábitos sociales no discriminatorios.

d) Principios de economía:

Variables macroeconómicas e indicadores socio económicos.

Relaciones socioeconómicas internacionales.

e) Economía y organización de la empresa

La empresa: áreas funcionales y organigramas.

Funcionamiento económico de la empresa.

3.6 Materias de bachillerato que se han debido cursar para acceder al ciclo formativo correspondiente a este título.

3.6.1 Materias de modalidad:

Geografía.

Historia del Arte.

3.6.2 Otros contenidos de formación profesional de base (segunda lengua extranjera).

a) Uso de la lengua oral y escrita:

Participación en conversaciones relativas a situaciones de la vida cotidiana y a situaciones derivadas de las diferentes actividades de aprendizaje.

Factores no explícitos de los mensajes.

Aspectos funcionales: describir, narrar, explicar, hacer hipótesis, expresar probabilidad, duda o sospecha, argumentar, resumir ...

Tipos de discurso: narraciones, descripciones, procedimientos/prescripciones, argumentaciones.

Uso de la lengua escrita. Situaciones que respondan a una intención comunicativa concreta y a un receptor determinado, aplicando las normas que rigen diferentes esquemas textuales.

b) Comprensión de textos orales y escritos: medios de comunicación, autonomía lectora.

Comprensión global y específica de:

Textos orales y escritos de la comunicación interpersonal o de uso en la vida cotidiana.

Textos escritos de divulgación general, con ayuda del diccionario.

Comprensión de la información global y de informaciones específicas previamente requeridas de:

Textos orales, escritos y visuales de los medios de comunicación.

c) Reflexión sobre la lengua y su aprendizaje:

Los componentes de la competencia comunicativa: análisis y reflexión sobre su funcionamiento a través de textos orales y escritos:

Aspectos nacionales-funcionales.

4. Profesorado

4.1 Especialidades del profesorado con atribución docente en los módulos profesionales del ciclo formativo de «información y comercialización turística»:

Módulo profesional Especialidad del profesorado Cuerpo

1. Diseño y comercialización de productos turísticos locales y regionales. Hostelería y Turismo. Profesor de Enseñanza Secundaria.

2. Asistencia y guía de grupos. Hostelería y Turismo. Profesor de Enseñanza Secundaria.

3. Información turística en destino. Hostelería y Turismo. Profesor de Enseñanza Secundaria.

4. Productos y destinos turísticos nacionales e internacionales. Hostelería y Turismo. Profesor de Enseñanza Secundaria.

5. Lengua extranjera. (*). Profesor de Enseñanza Secundaria.

6. Segunda Lengua Extranjera. (*). Profesor de Enseñanza Secundaria.

7. Formación y Orientación Laboral. Formación y Orientación Laboral. Profesor de Enseñanza Secundaria.

(*). Alemán, francés, inglés, italiano o portugués, en función del idioma elegido.

4.2 Equivalencias de titulaciones a efectos de docencia.

4.2.1 Para la impartición de los módulos profesionales correspondientes a la especialidad de:

Hostelería y Turismo.

Se establece la equivalencia, a efectos de docencia, de los títulos de:

Técnico en Empresas y Actividades Turísticas, con los de Doctor, Ingeniero, Arquitecto o Licenciado.

4.2.2 Para la impartición de los módulos profesionales correspondientes a la especialidad de:

Formación y Orientación Laboral.

Se establece la equivalencia, a efectos de docencia, de los títulos de:

Diplomado en Ciencias Empresariales.

Diplomado en Relaciones Laborales.

Diplomado en Trabajo Social.

Diplomado en Educación Social, con los de Doctor, Ingeniero, Arquitecto o Licenciado.

5. Requisitos mínimos para impartir estas enseñanzas

De conformidad con el artículo 39 del Real Decreto 1004/1991, de 14 de junio (RCL 1991\1607 y 1797), el ciclo formativo de Formación Profesional de Grado Superior:

«Información y Comercialización Turística» requiere, para la impartición de las enseñanzas definidas en el presente Real Decreto, los siguientes espacios mínimos que incluyen los establecidos en el artículo 32.1, a), del citado Real Decreto 1004/1991, de 14 de junio.

Espacio formativo Superficie-m² Grado de utilización

Aula polivalente 60 m² 65%

Aula de aplicaciones de Hostelería y Turismo 90 m² 35%

El «grado de utilización» expresa en tanto por ciento la ocupación en horas del espacio prevista para la impartición de las enseñanzas mínimas, por un grupo de alumnos, respecto de la duración total de estas enseñanzas y, por tanto, tiene sentido orientativo para el que definan las Administraciones Educativas al establecer el currículo.

En el margen permitido por el «grado de utilización», los espacios formativos establecidos pueden ser ocupados por otros grupos de alumnos que cursen el mismo u otros ciclos formativos, u otras etapas educativas.

En todo caso, las actividades de aprendizaje asociadas a los espacios formativos (con la ocupación expresada por el grado de utilización) podrán realizarse en superficies utilizadas también para otras actividades formativas afines.

No debe interpretarse que los diversos espacios formativos identificados deban diferenciarse necesariamente mediante cerramientos.

6. Convalidaciones, correspondencias y acceso a estudios superiores

6.1 Módulos profesionales que pueden ser objeto de convalidación con la formación profesional ocupacional:

Información turística en destino.

6.2 Módulos profesionales que pueden ser objeto de correspondencia con la práctica laboral:

Asistencia y guía de grupos.

Información turística en destino.

Formación en centro de trabajo.

Formación y orientación laboral.

6.3 Acceso a estudios universitarios:

Técnico en Empresas y Actividades Turísticas.

Diplomado en Traducción e Interpretación.

Ciencias Empresariales.