



Ciclo formativo de grado superior de guía, información y asistencias turísticas perfil profesional Enoturismo

1. Relación de módulos profesionales

0171. Estructura del mercado turístico.

Duración: 66 horas
Horas a realizar en el centro educativo: 66 horas
Horas de estancia en la empresa:
Equivalencia en créditos ECTS:9

0172. Protocolo y relaciones públicas

Duración: 132 horas
Horas a realizar en el centro educativo: 66 horas
Horas de estancia en la empresa: 66 horas
Equivalencia en créditos ECTS: 9

0173. Marketing turístico

Duración: 198 horas
Horas a realizar en el centro educativo: 99 horas
Horas de estancia en la empresa: 99 horas
Equivalencia en créditos ECTS: 12

0180 Segunda lengua extranjera

Duración: 86 horas
Horas a realizar en el centro educativo: 66 horas
Horas de estancia en la empresa: 20 horas
Equivalencia en créditos ECTS: 8

0383 Destinos Turísticos

Duración: 110 horas
Horas a realizar en el centro educativo: 110 horas
Horas de estancia en la empresa:
Equivalencia en créditos ECTS: 14

0384. Recursos turísticos

Duración: 198 horas
Horas a realizar en el centro educativo: 99 horas
Horas de estancia en la empresa: 99 horas
Equivalencia en créditos ECTS: 12

0385. Servicios de información turística

Duración: 121 horas
Horas a realizar en el centro educativo: 55 horas
Horas de estancia en la empresa: 66 horas
Equivalencia en créditos ECTS: 7

0386. Procesos de guía y asistencia turística

Duración: 198 horas
Horas a realizar en el centro educativo: 99 horas
Horas de estancia en la empresa: 99 horas
Equivalencia en créditos ECTS: 9

0387. Diseño de productos turísticos

Duración: 165 horas
Horas a realizar en el centro educativo: 99 horas
Horas de estancia en la empresa: 66 horas
Equivalencia en créditos ECTS: 9

C076 Catalán/Aranés Profesional

Duración: 66 horas
Horas a realizar en el centro educativo: 66 horas
Horas de estancia en la empresa:
Equivalencia en créditos ECTS:

0179 Inglés profesional

Duración: 66 horas
Horas a realizar en el centro educativo: 66 horas
Horas de estancia en la empresa:
Equivalencia en créditos ECTS: 5

1665. Digitalización aplicada a los sectores productivos. 2º curso

Duración: 33 horas
Horas a realizar en el centro educativo: 33
Equivalencia en créditos ECTS:3

1708 Sostenibilidad aplicada al sistema productivo. . 2º curso

Duración: 33 horas
Horas a realizar en el centro educativo: 33
Equivalencia en créditos ECTS:3

1709 Itinerario personal para la empleabilidad I.

Duración: 99 horas

Horas a realizar en el centro educativo: 99

Equivalencia en créditos ECTS: 5

1710 Itinerario personal para la empleabilidad II. . 2º curso

Duración: 66 horas

Horas a realizar en el centro educativo: 66

Equivalencia en créditos ECTS: 5

1154 Proyecto intermodular

Duración: 198 horas

Horas a realizar en el centro educativo: 198

Equivalencia en créditos ECTS: 5

0511. Sommelería. Puede ser en inglés

Duración: 66

Horas a realizar en el centro educativo: 66

Horas de estancia en la empresa:

Equivalencia en créditos ECTS:12

Conocedor del vino y el cava de las DO en Cataluña . 2º curso

Duración: 99 horas

Horas a realizar en el centro educativo: 99

Horas de estancia en la empresa:

Equivalencia en créditos ECTS:

Módulo /s profesional /s optativo /s.

Duración: 66 horas

Horas a realizar en el centro educativo : 66 horas

Horas de estancia en la empresa : 0

Equivalencia en créditos ECTS: 5

2. Descripción de los módulos profesionales y de los resultados de aprendizaje

0171. Estructura del mercado turístico

Duración: 66 horas

Horas a realizar en el centro educativo: 66 horas

Horas de estancia en la empresa:

Equivalencia en créditos ECTS: 9

RA1: Contextualiza el sector turístico, su evolución histórica y la situación actual, analizando sus implicaciones como actividad socioeconómica .

Criterios de evaluación

- 1.1 Analiza la evolución del turismo.
- 1.2 Identifica y caracteriza a las diferentes instituciones públicas o privadas relacionadas con el sector turístico.
- 1.3 Identifica los encuentros nacionales e internacionales en materia de turismo y su importancia para el sector.
- 1.4 Valora la importancia de la actividad turística respecto al desarrollo económico y social del núcleo turístico.
- 1.5 Reconoce el uso de las nuevas tecnologías en el sector turístico y su impacto como elemento dinamizador.
- 1.6 Identifica y caracteriza a los profesionales del turismo.
- 1.7 Define los elementos básicos que caracterizan al sector turístico.
- 1.8 Identifica y selecciona las fuentes de información turística.
- 1.9 Describe las peculiaridades del núcleo turístico.
- 1.10 Valora la importancia del turismo en la economía del núcleo turístico.

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

Criterios de evaluación

- 2.1 Define las diferentes tipologías turísticas relacionándolas con sus características básicas
- 2.2 Localiza las diferentes tipologías turísticas por su distribución geográfica
- 2.3 Relaciona los diferentes factores que influyen en la localización espacial según el tipo de turismo de la zona
- 2.4 Describe las ventajas e inconvenientes del desarrollo turístico de una zona.
- 2.5 Analiza las tendencias de las tipologías turísticas nacionales.
- 2.6 Analiza las tendencias de las tipologías turísticas internacionales
- 2.7 Valora los factores que influyen en la demanda y la incidencia que se puede realizar en éstos y en su distribución.
- 2.8 Identifica las tipologías turísticas y sus tendencias en el caso del turismo rural.

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

Criterios de evaluación

- 3.1 Define la oferta turística, sus elementos y su estructura básica.

- 3.2 Caracteriza los canales de intermediación turística, así como los nuevos sistemas de distribución.
- 3.3 Diferencia las empresas de alojamientos turísticos según su tipología y características básicas
- 3.4 Identifica los diferentes medios de transporte de carácter turístico y los servicios que se relacionan con ellos”
- 3.5 Caracteriza la oferta complementaria.

RA 4 Caracteriza la demanda turística relacionando los distintos factores y elementos que la motivan, así como sus tendencias actuales.

Criterios de evaluación

- 4.1 Conceptualiza y determina los factores de la demanda turística.
- 4.2 Clasifica a los clientes por su tipología y nacionalidad.
- 4.3 Describe los distintos elementos externos que influyen en la elasticidad de la demanda.
- 4.4 Caracteriza las principales motivaciones de la demanda turística.
- 4.5 Caracteriza la estacionalización de la demanda y las técnicas de desestacionalización
- 4.6 Analiza la metodología de compra según el tipo de clientela.
- 4.7 Investiga las tendencias actuales de la demanda, así como los mercados emergentes.
- 4.8 Caracteriza la demanda turística del alojamiento rural y analiza la metodología de compra según el tipo de clientela.

Contenidos

- 1. Contextualización del sector turístico:
 - 1.1 Concepto y definiciones relacionadas con el turismo.
 - 1.2 Evolución del turismo.
 - 1.3 Entidades públicas y privadas de ámbito local, regional, nacional e internacional relacionadas con el sector turístico.
 - 1.4 El profesional del turismo en el ámbito de su profesión.
 - 1.5 El núcleo turístico.
 - 1.5.1 La actividad turística en el desarrollo de un núcleo poblacional.
 - 1.5.2 La importancia económica del turismo para el núcleo turístico.
 - 1.6 Fuentes de información turística.
 - 1.6.1 Primarias y secundarias: externas e internas.
 - 1.6.2 Las nuevas tecnologías como fuentes de información y promoción turística.
 - 1.7 Encuentros nacionales e internacionales en materia de turismo.
- 2.1. Identificación de las tipologías turísticas y de sus tendencias:
 - 2.1.1 Tipologías turísticas y sus características.
 - 2.2 Localización geográfica de las principales tipologías turísticas.

- 2.2.1 Factores que influyen en la localización espacial según el tipo de turismo de la zona.
- 2.2.2 Factores que influyen en la demanda y su incidencia.
- 2.3 Ventajas e inconvenientes del desarrollo turístico de una zona.
- 2.3 Tendencias de las tipologías turísticas nacionales.
- 2.4 Tendencias de las tipologías turísticas internacionales.
- 2.5 El turismo rural: tipologías y tendencias.

3.1. Análisis de la oferta turística:

- 3..1 La oferta turística: elementos y estructura básica.
- 3..2 Empresas de alojamientos turísticos. Las empresas de turismo rural.
- 3..3 La intermediación turística. Canales de distribución. Sistemas de distribución.
- 3..4 Los medios de transporte turístico.
- 3..5 La oferta complementaria.

4.1. Caracterización de la demanda turística:

- 4.1 Factores que influyen en el comportamiento del consumidor.
- 4.2 Tipologías de consumidores.
- 4.3 Elementos externos que influyen en la elasticidad de la demanda turística.
- 4.4 Motivaciones de la demanda turística. Estacionalidad de la demanda y acciones de desestacionalización
- 4 5 Tendencias actuales de la demanda turística.
- 4.6 Valoración de la importancia de conocer a la clientela como elemento dinamizador de la demanda.
- 4.7 Caracterización de la demanda turística del alojamiento rural.

0172. Protocolo y relaciones públicas

Duración: 132 horas

Horas a realizar en el centro educativo: 66 horas

Horas de estancia en la empresa: 66 horas

Equivalencia en créditos ECTS: 9

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

Criterios de evaluación

- 1.1 Caracteriza el concepto de protocolo, sus elementos y las distintas tipologías existentes.
- 1.2 Determina los criterios para establecer la presidencia en los actos oficiales.
- 1.3 Analiza los distintos sistemas de ordenación de los invitados en función del tipo de acto a organizar.
- 1.4 Reconoce la normativa de protocolo y de precedencias oficiales del Estado y de otras instituciones.
- 1.5 Realiza los programas protocolarios en función del evento a desarrollar.
- 1.6 Analiza el diseño y la planificación de actos protocolarios.
- 1.7 Diseña diferentes tipos de invitaciones en relación con los distintos tipos de actos.

1.8 Determina la ordenación de banderas dentro de los actos protocolarios.

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

Criterios de evaluación

2.1 Analiza la naturaleza y el tipo de actos a organizar (congresos, convenciones, reuniones, foros y otros).

2.2 Identifica al público al que va dirigido.

2.3 Identifica los elementos de organización y diseño de actos protocolarios empresariales (presidencia, invitados, día, hora, lugar, etc.).

2.4 Verifica la correcta aplicación del protocolo durante el desarrollo del acto.

2.5 Enumera la documentación necesaria según el acto a organizar para su correcto desarrollo.

2.6 Elabora el programa y el cronograma del acto a organizar.

2.7 Calcula el presupuesto económico del acto a organizar.

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

Criterios de evaluación

3.1 Define los fundamentos y principios de las relaciones públicas.

3.2 Reconoce y valora los distintos recursos de las relaciones públicas.

3.3 Identifica y clasifica el concepto de imagen corporativa y sus componentes.

3.4 Valora la importancia de la imagen corporativa.

3.5 Identifica y relaciona los elementos de identidad corporativa en empresas y en instituciones turísticas.

3.6 Identifica las principales marcas de entidades públicas y privadas del sector turístico.

3.7 Reconoce distintos tipos de imagen proyectada por empresas e instituciones turísticas.

3.8 Valora la importancia de la imagen, la identidad corporativa, la comunicación y las relaciones públicas en las empresas e instituciones turísticas.

3.9 Diseña un manual protocolario y de comunicación.

3.10 Selecciona distintos medios de comunicación en función del producto a comunicar.

RA 4. Establece comunicación con los clientes relacionando las técnicas utilizadas con el tipo de usuario.

Criterios de evaluación

4.1 Identifica los procesos y canales de comunicación propios del sector turístico.

4.2 Analiza los objetivos de una correcta atención a los clientes.

4.3 Diferencia las modalidades de atención a los clientes.

4.4 Caracteriza las técnicas de atención a los clientes.

4.5 Caracteriza los distintos tipos de clientes.

- 4.6 Aplica técnicas de comunicación verbal y no verbal con los clientes.
- 4.7 Aplica las acciones del contacto directo y no directo.
- 4.8 Demuestra las actitudes y aptitudes adecuadas en los procesos de atención a los clientes.
- 4.9 Define las técnicas de dinamización e interacción grupales.

RA 5. Gestiona las quejas, reclamaciones y sugerencias describiendo las fases establecidas de resolución para conseguir una correcta satisfacción de los clientes.

Criterios de evaluación

- 5.1 Define y analiza los conceptos formales y no formales de quejas, reclamaciones y sugerencias.
- 5.2 Conoce los principales motivos de queja de los clientes en las empresas de hostelería y turismo.
- 5.3 Identifica los distintos canales de comunicación de las quejas, reclamaciones o sugerencias y su jerarquización dentro de la organización.
- 5.4 Valora la importancia de las quejas, reclamaciones y sugerencias como elemento de mejora continua
- 5.5 Establece las fases a seguir en la gestión de quejas y reclamaciones para conseguir la satisfacción de los clientes, dentro de su ámbito de competencia.
- 5.6 Cumple con la normativa legal vigente en materia de reclamaciones de clientes en establecimientos de empresas turísticas.
- 5.7 Identifica los puntos clave que debe contener un manual corporativo de atención a los clientes y gestión de quejas y reclamaciones.

RA 6 . Demuestra actitudes de atención correcta a los clientes analizando la importancia de superar las expectativas de los clientes en relación al trato recibido.

Criterios de evaluación

- 5.1 Analiza las expectativas de los distintos tipos de clientes.
- 5.2 Consigue una actitud de empatía.
- 5.3 Valora la importancia de una actitud de simpatía.
- 5.4 Mantiene una actitud profesional de respeto y discreción con clientes, superiores jerárquicos y compañeros.
- 5.5 Valora la importancia de la imagen corporativa.
- 5.5 Hace uso de estrategias de comunicación no sexistas.

Contenidos

- 1. Aplicación del protocolo institucional:
 - 1.1 El protocolo: concepto, origen, tipos y utilidad. Vocabulario básico.
 - 1.2 Protocolo institucional: elementos
 - 1.3 La Corona. La Casa Real y la jerarquía nobiliaria en España.

- 1.4 Normas de colocación de presidencias y banderas. Tratamientos, honores e himnos.
- 1.5 Normativa en materia de protocolo y precedencias oficiales del Estado y de las comunidades autónomas. La ley de la derecha.
- 1.6 Análisis y aplicación de las técnicas de protocolo y presentación personal más habituales.

2. Aplicación del protocolo empresarial:

- 2.1 Objetivos y tipos de actos protocolarios empresariales
- 2.2 Sistemas de organización de los invitados: precedencias internas. Técnica del peinado.
- 2.3 Proyección de actos protocolarios y actos públicos:
 - 2.3.1 Identificación del público objetivo y adecuación del acto.
 - 2.3.2 Diseño, planificación y elaboración del programa y del cronograma del acto a organizar.
 - 2.3.3 Presupuesto económico del acto a organizar.
 - 2.3.4 Comunicación escrita de actos protocolarios. Las invitaciones y confirmaciones, las tarjetas de visita, las cartas, la correspondencia profesional. Listado de invitados y asistentes.

3. Aplicación de los fundamentos y elementos de las relaciones públicas en el ámbito turístico:

- 3.1 Definición, fundamentos y principios. Aplicación y valoración en el ámbito turístico empresarial e institucional.
- 3.2 Recursos de las relaciones públicas: relaciones con los medios de comunicación.
- 3.3 La imagen corporativa. Elementos y tipos de imagen: imagen real y proyectada. La imagen corporativa y la identidad empresarial. El valor de la imagen corporativa.
- 3.4 La imagen del turismo español. Principales marcas del sector.
- 3.5 Manual protocolario y de comunicación de una empresa.

4. La comunicación con los clientes:

- 4.1 Comunicación verbal y comunicación no verbal. La expresión corporal. Control del regreso (*feedback*).
- 4.2 Variables y modalidades de la atención a los clientes. Contacto directo y no directo. La comunicación telefónica, presencial y escrita.
- 4.3 Puntos clave de una buena atención a clientes según la fase de su contacto con la empresa.

5. Gestión de quejas, reclamaciones y sugerencias:

- 5.1 Quejas, reclamaciones y sugerencias: concepto.
- 5.2 Principales motivos de quejas de los clientes de las empresas de hostelería y turismo.
- 5.3 Recogida de quejas, reclamaciones o sugerencias.
- 5.4 Fases de la gestión de quejas y reclamaciones. Resolución de interferencias comunicativas.
- 5.5 Normativa legal vigente en materia de reclamaciones de clientes. Tramitación de las hojas de reclamación.

5.6 Protección al consumidor: reclamaciones y legislación vigente de empresas turísticas.

6. Actitudes de atención a los clientes:

6.1 Actitud de servicio a los clientes. Habilidades sociales aplicadas: trato, relación, actitudes y estilo.

6.2 Actitud de respeto hacia los clientes, superiores jerárquicos, personal dependiente y compañeros.

6.3 Actitud profesional.

6.4 El valor de la discreción en el ámbito laboral. El protocolo y la confidencialidad: normas y clientes vip.

0173. Marketing turístico

Duración: 198 horas

Horas a realizar en el centro educativo: 99 horas

Horas de estancia en la empresa: 99 horas

Equivalencia en créditos ECTS: 12

RA1. Caracteriza el marketing turístico reconociendo sus elementos básicos que lo componen.

Criterios de evaluación

1.1 Justifica la importancia del marketing en el sector turístico.

1.2 Diferencia las peculiaridades del marketing de servicios en general y las propias del marketing turístico.

1.3 Describe los conceptos, definiciones e instrumentos básicos del marketing turístico.

1.4 Diferencia las etapas y la evolución del marketing.

1.5 Valora la importancia de los distintos instrumentos del marketing.

1.6 Define los factores y criterios eficaces para orientar el marketing a los consumidores.

1.7 Compara las diferentes estructuras y enfoques de dirección de marketing.

1.8 Identifica la necesidad del marketing en la función comercial de la empresa turística.

1.9 Analiza las tendencias del marketing en turismo.

RA 2 Interpreta la segmentación del mercado y el posicionamiento del producto y/o servicio reconociendo sus datos cuantitativos y cualitativos.

Criterios de evaluación

2.1 Conceptualiza y clasifica los segmentos del mercado.

2.2 Analiza las variables de segmentación más utilizadas en turismo.

2.3 Define los requisitos para que la segmentación sea efectiva.

2.4 Reconoce la importancia de la segmentación para el diseño de la estrategia comercial de las empresas turísticas.

2.5 Identifica y valora los distintos segmentos de mercado y su atractivo en función del producto y/o servicio.

2.6 Define las estrategias de cobertura de segmentos del mercado.

2.7 Identifica el posicionamiento del producto en el mercado.

RA 3. Identifica los elementos del marketing reconociendo su aplicación al sector turístico.

Criterios de evaluación

3.1 Identifica los elementos del marketing.

3.2 Identifica las etapas del ciclo de vida de un producto y su relación con la toma de decisiones estratégicas

3.3 Analiza los elementos y niveles del producto, así como la aplicación de un sistema de servucción.

3.4 Caracteriza las distintas políticas de marcas del sector turístico y valora la importancia de diferenciar el producto.

3.5 Valora la importancia del precio y sus condicionantes como instrumento comercial de las empresas turísticas.

3.6 Calcula los precios mediante la fijación de métodos de precios idóneos para el sector turístico.

3.7 Reconoce la importancia de la publicidad, las relaciones públicas, la promoción de ventas y el merchandising en el sector turístico

3.8 Valora la función de las ferias turísticas y otros encuentros profesionales como instrumentos de marketing estableciendo su diferencia con otras estrategias promocionales.

3.9 Identifica los canales de distribución y de comercialización directa e indirecta en el sector turístico.

3.10 Reconoce la importancia de los sistemas de distribución global y su impacto en la industria turística.

3.11 Valora los instrumentos comerciales y su compatibilidad con los distintos segmentos de mercado.

RA4. Aplica las nuevas tecnologías en el marketing turístico analizando sus aplicaciones y oportunidades en el desarrollo de políticas de marketing.

Criterios de evaluación

4.1 Caracteriza las nuevas tecnologías y su utilización.

4.2 Identifica las aplicaciones de las nuevas tecnologías en el marketing.

4.3 Valora la utilización de la red para comercializar productos y servicios turísticos.

4.4 Utiliza las aplicaciones ofimáticas de base de datos.

4.5 Reconoce la aplicación de una base de datos para la investigación comercial y por tener una ventaja competitiva.

4.6 Determina los factores que influyen en el marketing directo.

4.7 Establece las pautas para el desarrollo de una estrategia de marketing directo combinado.

RA 5 Caracteriza el plan de marketing relacionándolo con los diversos tipos de empresa y de productos o servicios.

Criterios de evaluación

- 5.1 Describe los elementos básicos que conforman el plan de marketing.
- 5.2 Valora la importancia de un plan de marketing en una empresa turística.
- 5.3 Realiza el análisis de otros planes empresariales e institucionales relacionados con el plan de marketing.
- 5.4 Identifica los principales factores del entorno con incidencia en el plan de marketing.
- 5.5 Analiza la competencia y el potencial del mercado.
- 5.6 Realiza el plan de acción, con sus estrategias y tácticas.
- 5.7 Define los recursos necesarios para establecer las estrategias propuestas y para la consecución de los objetivos del plan de marketing.
- 5.8 Realiza el control de seguimiento y de calidad del plan de marketing con las técnicas adquiridas.
- 5.9 Realiza la presentación del plan de marketing con las pautas establecidas y frente a los responsables implicados.
- 5.10 Valora las implicaciones ambientales de la implementación de un plan de marketing propuesto.

RA6. Reconoce el proceso de decisión de compra de los consumidores analizando sus motivaciones y necesidades.

Criterios de evaluación

- 6.1 Identifica las necesidades y motivaciones de los consumidores de productos y servicios turísticos.
- 6.2 Identifica las fases del proceso de decisión de compra en los consumidores.
- 6.3 Caracteriza a los agentes implicados en el proceso de decisión de compra.
- 6.4 Analiza el impacto psicosocial del marketing, la publicidad y las relaciones públicas y su incidencia en el proceso de compra.
- 6.5 Caracteriza los puntos clave en el proceso de postcompra y las oportunidades de fidelización.
- 6.6 Describe y valora la percepción y satisfacción de los consumidores mediante los procesos de control de calidad.

RA 7 Caracteriza los criterios del consumidorismo relacionándolos con la sociedad, el marketing y la ética.

Criterios de evaluación

- 7.1 Caracteriza las peculiaridades de las economías de mercado.
- 7.2 Identifica el origen del consumidorismo, así como su evolución en España.
- 7.3 Realiza estudios para analizar la reacción de las empresas frente a esta situación.
- 7.4 Determina la respuesta de las empresas y de la sociedad e identifica unos principios éticos.
- 7.5 Identifica la normativa que protege a los consumidores en la UE y en España.
- 7.6 Analiza los derechos y deberes de los consumidores.

Contenidos

1. Caracterización del marketing turístico:

- 1.1 Conceptos, definiciones y funciones.
- 1.2 Evolución de la función del marketing: orientación a los consumidores.
- 1.3 Peculiaridades del marketing de servicios y del marketing turístico.
- 1.4 Instrumentos del marketing.
- 1.5 Los determinantes externos del marketing: el mercado, el marco socioeconómico, legal y coyuntural.
- 1.7 Estructuras y enfoques de dirección de marketing.

- 2. Interpretación de la segmentación de los mercados turísticos:
 - 2.1 Concepto de segmentación y clasificación de los segmentos del mercado.
 - 2.2 Variables de segmentación más utilizadas en turismo: variables objetivas y variables subjetivas.
 - 2.3 Instrumentos comerciales y compatibilidad de los segmentos.
 - 2.4 Aplicación de la segmentación al diseño de la estrategia comercial de las empresas turísticas.
 - 2.5 Tipo de estrategias de cobertura del mercado.
 - 2.6 Posicionamiento: conceptos, estrategias y métodos

- 3. Identificación del marketing mix y sus elementos:
 - 3.1 Los componentes de la política de marketing: la política de producto y/o servicio, la política de precios, la política de distribución y la política de comunicación. Aplicación y estrategias.
 - 3.2. El producto y/o servicio.
 - 3.2.1 Niveles y elementos. La servucción.
 - 3.2.2 El ciclo de vida del producto y de los destinos turísticos: la planificación del producto turístico.
 - 3.2.3 Desarrollo y lanzamiento de los nuevos productos turísticos.
 - 3.3 El precio y sus condicionantes.
 - 3.3.1 Métodos de fijación de precios como instrumento comercial.
 - 3.3.2 El precio como estrategia comercial.
 - 3.4 La organización de la estrategia comercial: la comercialización de productos y servicios turísticos.
 - 3.5 La comunicación comercial: objetivos, técnicas, plan de comunicación, instrumentos.
 - 3.6 La publicidad: contenido y objetivos.
 - 3.6.1 Los medios publicitarios y el mensaje.
 - 3.6.2 El presupuesto publicitario. La eficacia publicitaria: productos publicitarios, emplazamiento y tamaño.
 - 3.6.3 Acciones publicitarias: material y formas de distribución.
 - 3.6.4 Publicidad no sexista.
 - 3.7 La promoción turística en el mix de comunicación: la publicidad, las relaciones públicas, las promociones de ventas/merchandising, las ferias turísticas, los talleres (*workshops*), los viajes de familiarización (*famtrips*) y otros.

4. Análisis de las nuevas tecnologías aplicadas al marketing turístico

4.1 Marketing directo y nuevas tecnologías.

4.2 Marketing en Internet.

4.3 Bases de datos: objetivos generales. La ley de protección de datos.

4.4 Marketing directo: factores que influyen en su expansión y desarrollo.

4.5 Materiales de soporte y de desarrollo de políticas de marketing directo.

5. Caracterización del plan de marketing:

5.1 Plan de marketing: elementos y finalidad.

5.2 Fase analítica: DAFO.

5.3 Fase estratégica: objetivos y cuotas de ventas. Segmentación y público objetivo. Planes de acción: estrategias y tácticas.

5.4 Fase de valoración económica: recursos necesarios para apoyar las estrategias y alcanzar los objetivos.

5.5 Fase operativa: la elaboración del plan de marketing y marketing total.

5.6 Fase de control y retroalimentación: seguimiento y control del marketing.

5.7 Presentación y promoción del plan.

5.8 Auditoría ambiental del plan

6. Interpretación del proceso de decisión en los consumidores:

6.1 Fases del proceso de decisión y factores que influyen en el proceso de compra: necesidades de los consumidores, motivación, factores de influencia externos y estilos de vida.

6.2 El proceso de decisión de compra.

6.3 Postcompra y fidelización: valoración de la compra. Repercusión del grado de satisfacción en acciones futuras de compra.

6.4 Los roles de los consumidores en el proceso de decisión de compra.

6.5 Herramientas de control de la calidad y la satisfacción de los clientes. Implementación en empresas del sector turístico.

6.6 Los nuevos consumidores en el sector turístico: segmentos emergentes.

7. Caracterización de los criterios de consumidorismo:

7.1 Concepto, origen y evolución.

7.2 Factores clave: la información y la reflexión en el proceso de compra.

7.3 Los organismos de atención a los consumidores. El conocimiento de los mecanismos de reclamación.

7.4 La reacción de la empresa y su respuesta.

7.5 Normativa que regula los derechos y deberes de los consumidores en la UE y en España: legislación genérica y específica.

0180 Segunda lengua extranjera

Duración: 86 horas

Horas a realizar en el centro educativo: 66 horas

Horas de estancia en la empresa: 20 horas

Equivalencia en créditos ECTS: 8

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

Criterios de evaluación

- 1.1 Sitúa el mensaje en su contexto profesional.
- 1.2 Capta la idea principal del mensaje.
- 1.3 Comprende la información específica del mensaje.
- 1.4 Identifica la actitud y la intención de los interlocutores.
- 1.5 Extrae las ideas principales de un mensaje emitido por un medio de comunicación.
- 1.6 Identifica el hilo argumental en situaciones comunicativas grabadas y/o visionadas.
- 1.7 Determina los roles que aparecen en situaciones comunicativas grabadas y/o visionadas.

2. Interpreta información profesional del sector de la hostelería contenida en textos escritos sencillos, analizando de forma comprensiva sus contenidos.

Criterios de evaluación

- 2.1 Lee de forma comprensiva textos específicos del ámbito profesional.
- 2.2 Identifica con precisión la terminología utilizada.
- 2.3 Extrae información relevante de un texto relativo al ámbito profesional.
- 2.4 Realiza traducciones directas e inversas de textos sencillos utilizando material de soporte en su caso.
- 2.5 Interpreta mensajes técnicos recibidos a través de medios diversos: correo postal, fax, correo electrónico, entre otros.
- 2.6 Interpreta instrucciones extensas y complejas relacionadas con el ámbito profesional.
- 2.7 Relaciona textos con el sector profesional.
- 2.8 Selecciona materiales de consulta y diccionarios técnicos, utilizando soportes de traducción técnicos y las herramientas de traducción asistida o automatizada de textos.

3. Emite mensajes orales sencillos, claros y bien estructurados, habituales en el sector de hostelería, utilizando los registros adecuados a cada situación.

Criterios de evaluación

- 3.1 Se comunica utilizando fórmulas sencillas, nexos de unión y estrategias de interacción.
- 3.2 Utiliza correctamente la terminología de la profesión.
- 3.3 Describe con cierta fluidez el entorno profesional cercano.
- 3.4 Realiza la secuencia las funciones y actividades más habituales propias del ámbito profesional.

- 3.5 Realiza presentaciones, de forma clara, breve y preparada sobre un tema del ámbito profesional.
 - 3.6 Utiliza normas de protocolo en presentaciones adaptadas a su nivel.
 - 3.7 Responde a preguntas breves relacionadas con el ámbito profesional.
 - 3.8 Intercambia con cierta fluidez información específica.
4. Elabora textos sencillos en lengua estándar relacionados con el ámbito profesional del sector de hostelería o vida cotidiana, utilizando los registros adecuados a cada situación.

Criterios de evaluación

- 4.1 Rellena información básica en los documentos profesionales más habituales.
 - 4.2 Confecciona solicitudes de empleo a partir de ofertas de trabajo dadas.
 - 4.3 Redacta un currículum vitae.
 - 4.4 Elabora informes con objetivos específicos de comunicación del ámbito profesional.
 - 4.5 Redacta cartas comerciales a partir de instrucciones detalladas y modelos dados.
 - 4.6 Resume las principales ideas de informaciones dadas, utilizando sus propios recursos lingüísticos.
 - 4.7 Organiza la información de forma coherente y cohesionada.
 - 4.8 Utiliza las formas de cortesía propias del documento a elaborar.
5. Aplica actitudes y comportamientos profesionales del sector de la hostelería en situaciones de comunicación, siguiendo las convenciones internacionales.

Criterios de evaluación

- 5.1 Define los rasgos más significativos de las costumbres y usos del sector profesional en el uso de la lengua extranjera.
- 5.2 Describe los protocolos y normas de relación social propios del país en el que se utiliza la lengua extranjera.
- 5.3 Identifica los valores y creencias propias de la comunidad donde se utiliza la lengua extranjera.
- 5.4 Identifica los aspectos socioprofesionales propios del sector en cualquier tipo de texto y/o conversación.
- 5.5 Aplica los protocolos y normas de relación social propios del país en el que se utiliza la lengua extranjera.

Contenidos

- 1. Comprensión de mensajes orales:
 - 1.1 Reconocimiento de mensajes profesionales del sector y cotidianos. Mensajes directos, telefónicos, radiofónicos, grabados.
 - 1.2 Terminología específica del sector de los servicios en la hostelería.
 - 1.3 Ideas principales y secundarias.
 - 1.4 Diferentes acentos de lengua oral.
- 2. Interpretación de mensajes escritos:
 - 2.1 Comprensión de mensajes, textos, artículos profesionales y cotidianos.
 - 2.2 Soportes convencionales: correo postal, fax, burofax, entre otros, y soportes telemáticos: correo electrónico, telefonía móvil, agenda electrónica, entre otros.

2.3 Terminología específica de los servicios en la hostelería.

3. Producción de mensajes orales:

3.1 Registros utilizados en la emisión de mensajes orales. Terminología específica del sector servicios en la hostelería.

3.2 Mantenimiento y seguimiento del discurso oral: uso del turno de palabra, mantenimiento y cesión. Apoyo, demostración de comprensión, petición de aclaración, y otros.

3.3 Expresión fónica, entonación y ritmo.

3.4 Entonación como recurso de cohesión del texto oral: uso de los patrones de entonación.

3.5 Marcadores lingüísticos de protocolo en el ámbito profesional y social, normas de cortesía y diferencias de registro.

4. Emisión de textos escritos:

4.1 Realización de documentos profesionales del sector y de la vida cotidiana.

4.2 Elaboración de textos sencillos profesionales del sector y de la vida cotidiana.

4.3 Adecuación del texto al contexto comunicativo.

4.4 Registro.

4.5 Selección léxica, selección de estructuras sintácticas y selección de contenido relevante.

4.6 Uso de los signos de puntuación.

4.7 Coherencia en el desarrollo del texto.

0383 Destinos turísticos

Duración: 110 horas

Horas a realizar en el centro educativo: 110 horas

Horas de estancia en la empresa:

Equivalencia en créditos ECTS: 14

RA1: Identifica la geografía turística de España, distinguiendo su división administrativa y los aspectos más relevantes de su relieve, hidrografía y clima.

Criterios de evaluación

1.1 Identifica el concepto de geografía turística y su importancia para el conocimiento integral de los destinos.

1.2 Identifica la organización territorial y administrativa de España, distinguiendo las comunidades autónomas, provincias y comarcas más representativas y los municipios turísticos más relevantes, ubicándolos en el espacio geográfico.

1.3 Identifica y describe las principales características, unidades físicas y accidentes geográficos del relieve.

1.4 Identifica los principales elementos característicos de la hidrografía y el litoral.

1.5 Identifica y describe los paisajes característicos y la vegetación autóctona.

1.6 Identifica y describe los principales espacios naturales protegidos.

1.7 Identifica y describe las características generales del clima

1.8 Analiza la distribución de la población en el conjunto del Estado español.

1.9 Identifica los principales elementos característicos de las distintas culturas y pueblos en el conjunto del Estado español.

1.10 Valora la pluralidad de lenguas, culturas, costumbres, ritos y creencias de las comunidades autónomas españolas.

- 1.11 Identifica los materiales y fuentes para el estudio de los destinos turísticos.
- 1.12 Interpreta la información sobre espacios naturales y otros recursos del patrimonio natural, correspondiente a presuntos itinerarios o visitas a la zona.

RA2: .Identifica los principales elementos de la geografía turística de Europa y del resto del mundo reconociendo la división política de los continentes y sus estados, el relieve, la hidrografía y el clima.

Criterios de evaluación

- 2.1 Describe las funciones de la Organización Mundial del Turismo (OMT), en el contexto de la división territorial de los países en regiones y subregiones.
- 2.2 Identifica las regiones y subregiones turísticas de la OMT, ubicándolas en el espacio geográfico.
- 2.3 Analiza la organización política y territorial de Europa.
- 2.4 Identifica las principales unidades físicas de Europa.
- 2.5 Distingue los países comunitarios y los no comunitarios, así como los territorios dependientes de dentro y fuera de Europa, ubicándolos en el espacio geográfico.
- 1.6 Describe los elementos y características más relevantes y representativos del relieve, la hidrografía y el litoral
- 2.7 Describe las unidades físicas, paisajes y vegetación más relevantes; así como los principales espacios naturales protegidos y características generales del clima europeo.
- 2.8 Analiza las características más relevantes de las distintas culturas y pueblos de Europa.
- 2.9 Valora la pluralidad de lenguas, culturas, costumbres, ritos y creencias de los distintos estados de Europa.
- 2.10 Describe las principales características de relieve, hidrografía, vegetación y clima del resto de regiones subregiones del mundo.
- 2.11 Caracteriza los elementos más remarcables de la diversidad cultural del mundo.

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

- 3.1 Ubica destinos turísticos en su espacio geográfico.
- 3.2 Caracteriza los diferentes destinos turísticos atendiendo a su especialización turística.
- 3.3 Reconoce la oferta turística más relevante en cada tipología de destinos
- 3.4 Identifica los recursos culturales, naturales y de otro tipo en los distintos destinos.
- 3.5 Selecciona los destinos más relevantes atendiendo a varios factores: comercial, por tendencia o promocional
- 3.6 Identifica la coincidencia de tipologías turísticas en un mismo destino.
- 3.7 Utiliza los diferentes soportes informativos y los distintos medios de acceso a la información.

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

- 4.1 Ubica los principales destinos turísticos internacionales en su espacio geográfico.
- 4.2 Caracteriza los diferentes destinos turísticos internacionales atendiendo a su especialización turística.
- 4.3 Reconoce la oferta turística más relevante en cada tipología de destinos internacionales.
- 4.4 Identifica los recursos culturales, naturales y de otro tipo en los distintos destinos internacionales.
- 4.5 Selecciona los destinos más relevantes atendiendo a varios factores: comercial, por tendencia o promocional.
- 4.6 Identifica la coincidencia de tipologías turísticas en un mismo destino.
- 4.7 Utiliza los diferentes soportes informativos y los distintos medios de acceso a la información.

RA5 Identifica los principales destinos turísticos de Cataluña, distinguiendo los aspectos más relevantes de su relieve, hidrografía y clima y describiendo y valorando los recursos y la oferta turística.

- 5.1 Identifica y describe las principales características, unidades físicas y accidentes geográficos del relieve.
- 5.2 Identifica los principales elementos característicos de la hidrografía y el litoral.
- 5.3 Identifica y describe los paisajes característicos y la vegetación autóctona.
- 5.4 Identifica y describe los principales espacios naturales protegidos.
- 5.5 Identifica y describe las características generales del clima.
- 5.6 Analiza la distribución de la población en el conjunto de Cataluña.
- 5.7 Interpreta la información sobre espacios naturales y otros recursos del patrimonio natural, correspondiente a presuntos itinerarios o visitas a la zona.
- 5.8 Ubica destinos turísticos en su espacio geográfico.
- 5.9 Caracteriza los diferentes destinos turísticos atendiendo a su especialización turística.
- 5.10 Reconoce la oferta turística más relevante en cada tipología de destinos
- 5.11 Identifica los recursos culturales, naturales y de otro tipo en los distintos destinos.
- 5.12 Selecciona los destinos más relevantes atendiendo a varios factores: comercial, por tendencia o promocional
- 5.13 Identifica la coincidencia de tipologías turísticas en un mismo destino.
- 5.14 Utiliza los distintos soportes informativos y los diferentes medios de acceso a la información.

Contenidos

- 1. Identificación de la geografía turística de España:

- 1.1 Organización territorial y administrativa. Concepto de autonomía, región, provincia, comarca y municipio. Identificación.
- 1.2 Relieve: características. Unidades físicas. Cartografía y representación.
- 1.3 Demografía: distribución de la población.
- 1.4 Relieve costero y orografía. Hidrografía.
- 1.5 Climatología: nociones básicas. Los climas.
- 1.6 Geografía biológica. Nociones básicas y terminología. Relaciones con la zoología y la botánica.
- 1.7 Respeto por las diferentes creencias, lenguas y elementos diferenciales de las comunidades autónomas.
- 1.8 Aplicaciones informáticas y otras fuentes para el estudio de la geografía turística.
2. Identificación de la geografía turística de Europa y del resto del mundo:
 - 2.1 La organización internacional del turismo. La Organización Mundial del Turismo (OMT). Concepto y funciones. Regiones y subregiones.
 - 2.2 Organización política y territorial de Europa. Países comunitarios y no comunitarios. Territorios dependientes de dentro y fuera de Europa.
 - 2.3 Geografía turística de Europa: rasgos distintivos del relieve, hidrografía, vegetación, clima y diversidad cultural de las regiones y subregiones de la OMT.
 - 2.4 Geografía de los grandes parques y espacios protegidos a nivel mundial. Parques nacionales y espacios naturales protegidos
 - 2.5 Diversidad cultural europea: culturas, pueblos, lenguas.
 - 2.6 Geografía humana: nociones básicas, terminología y fenómenos característicos.
 - 2.7 Geografía turística del resto del mundo: rasgos distintivos del relieve, hidrografía, vegetación, clima y diversidad cultural de las regiones y subregiones de la OMT, excepto Europa.
 - 2.8 Actitud de respeto para las distintas razas, creencias y elementos diferenciadores de estos países.
 - 2.9 UNESCO: el patrimonio de la humanidad
3. Identificación de los principales destinos turísticos de España.
 - 3.1 Destinos de sol y playa. Centros turísticos litorales.
 - 3.2 Destinos culturales. Rutas culturales.
 - 3.3 Destinos urbanos. La oferta turística en las ciudades.
 - 3.4 Destinos rurales y de naturaleza.
 - 3.5 Destinos de espacios lúdicos y de ocio.
 - 3.6 Destinos deportivos.
 - 3.7 Destinos de salud y belleza.
 - 3.8 Grandes eventos en los destinos. Principales referencias en el entorno de estos destinos.
 - 3.9 Diferentes soportes de acceso a la información.
4. Identificación de los principales destinos turísticos internacionales de Europa y del resto del mundo:

- 4.1 Destinos de sol y playa. Centros turísticos litorales.
- 4.1 Destinos culturales. Rutas culturales.
- 4.2 Destinos urbanos. La oferta turística en las ciudades.
- 4.4 Destinos rurales y de naturaleza.
- 4.5 Destinos de espacios lúdicos y de ocio.
- 4.6 Destinos deportivos y de salud y belleza.
- 4.7 Grandes eventos en los destinos. Principales referencias en el entorno de estos destinos.
- 4.8 Diferentes tipos de acceso a la información

5. Identificación de los principales destinos turísticos de Cataluña:

- 5.1 Relieve: características. Cartografía y representación.
- 5.2 Demografía: distribución de la población.
- 5.3 Relieve costero y orografía. Hidrografía.
- 5.4 Clima.
- 5.5 Geografía biológica. Espacios naturales y otros recursos del patrimonio natural.
- 5.6 Destinos de sol y playa. Centros turísticos litorales.
- 5.7 Destinos culturales. Rutas culturales.
- 5.8 Destinos urbanos. La oferta turística en las ciudades.
- 5.9 Destinos rurales y de naturaleza.
- 5.10 Destinos de espacios lúdicos y de ocio.
- 5.11 Destinos deportivos.
- 5.12 Destinos de salud y belleza.
- 5.13 Grandes eventos en los destinos. Principales referencias en el entorno de estos destinos.
- 5.14 Diferentes soportes de acceso a la información.

0384. Recursos turísticos

Duración: 198 horas

Horas a realizar en el centro educativo: 99 horas

Horas de estancia en la empresa: 99 horas

Equivalencia en créditos ECTS: 12

RA1. Identifica los recursos turísticos del territorio, analizando su tipología, características y normativa de protección.

Criterios de evaluación

- 1.1 Detecta los recursos culturales más destacados de cada comunidad autónoma.
- 1.2 Clasifica los recursos atendiendo a las tipologías y empleando la legislación vigente en cada caso.
- 1.3 Determina el tipo de recurso de que se trata y lo explica atendiendo a sus peculiaridades y su singularidad.
- 1.4 Diseña bases de datos de recursos turísticos por áreas o zonas, diferenciando la tipología de espacios turísticos en relación a los recursos que existen en la zona.

- 1.5 Define cuál es la protección legal e institucional existente para los distintos recursos.
- 1.6 Reconoce a los organismos e instituciones para la tutela de los recursos.
- 1.7 Define el proceso de petición para solicitar la declaración de un recurso en relación a su tipología y características
- 1.8 Identifica los documentos necesarios para solicitar la catalogación de un bien o recurso de la forma más adecuada.

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

Criterios de evaluación

- 2.1 Detecta las principales manifestaciones artísticas de España.
- 2.2 Reconoce prototipos artísticos que constituyen los modelos universales y nacionales.
- 2.3 Caracteriza las características técnicas y culturales de cada estilo.
- 2.4 Reconoce a los centros culturales de interés con actividad turística.
- 2.5 Relaciona el conocimiento general sobre historia del arte, literatura y música con sus peculiaridades en el entorno regional y local para contextualizar la información correspondiente.
- 2.6 Identifica obras de artes plásticas, literarias y musicales representativas, clasificándolas cronológicamente, por lugar de producción o procedencia, por autor y por estilo.

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

Criterios de evaluación

- 3.1 Identifica los objetivos y elementos clave para clasificar los diferentes tipos de patrimonio histórico y cultural.
- 3.2 Crea bases de datos que identifiquen los recursos y sus descripciones más adecuadas para clasificar la tipología del recurso y su importancia.
- 3.3 Identifica las ciudades patrimonio de la humanidad que existen en España, así como otros bienes inscritos en la Lista de Patrimonio Mundial, como el bien de interés cultural (BIC) y otros tipos de bienes clasificados.
- 3.4 Identifica a los organismos responsables de las políticas de protección del patrimonio cultural.
- 3.5 Clasifica las fiestas tradicionales de las diferentes comunidades y diferencia las de interés turístico internacional, nacional y las que se celebran en las CCAA.
- 3.6 Identifica los principales museos y centros culturales existentes en España, así como sus contenidos genéricos.
- 3.7 Distingue diferentes tipos de patrimonio cultural y describe sus principales formas y medios de protección a nivel internacional, estatal, regional y local.
- 3.8 Justifica la inclusión en el concepto patrimonio cultural de manifestaciones no materiales como la literatura, la música, la gastronomía y las tradiciones orales.
- 3.9 Valora la diversidad y peculiaridades de la cultura y el patrimonio cultural.

RA 4 . Analiza el patrimonio natural-paisajístico de España caracterizándolo e interpretándolo como recurso turístico.

Criterios de evaluación

- 4.1 Identifica los objetivos y elementos clave para clasificar los diferentes tipos de recursos naturales y paisajísticos.
- 4.2 Clasifica los distintos tipos de espacios naturales protegidos y no protegidos (litoral, montaña, espacios húmedos y otros) y describe sus principales formas, figuras y medios de protección ambiental en el ámbito estatal y local.
- 4.3 Valora los aprovechamientos tradicionales a la hora de gestionar el medio natural.
- 4.4 Define las características de las diferentes clasificaciones legales existentes, identificando a los organismos responsables de las políticas de protección del patrimonio natural.
- 4.5 Utiliza las nuevas tecnologías como herramienta de planificación y uso de los recursos naturales para uso turístico.
- 4.6 Define cuál es la protección legal e institucional del patrimonio natural: organismos e instituciones en la tutela del patrimonio, acuerdos y convenios internacionales, normativa de la Unión Europea.
- 4.7 Propone métodos para sensibilizar al visitante y prevenir conflictos en la relación turismo-naturaleza.

RA 5. Interpreta globalmente el patrimonio artístico, sociocultural e histórico analizando las estrategias necesarias para su aplicación como recurso turístico.

Criterios de evaluación

- 5.1 Describe y aplica los procesos de búsqueda y selección de información, identificando las fuentes primarias y secundarias más importantes sobre bienes de interés cultural, otros recursos culturales, espacios naturales y otros recursos naturales, y recursos o servicios turísticos de carácter general, interpretando y procesando la información
- 5.2 Diseña bases de datos de recursos turísticos por áreas o zonas, diferenciando la tipología de espacios turísticos en relación con los recursos que existen en la zona."
- 5.3 Utiliza los soportes informativos y los distintos medios de acceso a la información.
- 5.4 Diseña fórmulas para clasificar e interpretar otros tipos de recursos como la gastronomía, museos, etnografía, etnología y tradiciones de las localidades."
- 5.5 Establece los métodos más adecuados para llevar a cabo la interpretación
- 5.6 Caracteriza los diferentes sistemas de interpretación en función del tipo de recurso que se explique o sobre el que se intervenga"
- 5.7 Realiza la planificación interpretativa, según el ámbito de actuación y en función de las distintas fases.
- 5.8 Identifica de forma correcta las fases de una planificación interpretativa
- 5.9 Interpreta espacios y recursos naturales del entorno regional y local, adaptando itinerarios, rutas o visitas a distintos contextos y tipos de grupos o usuarios turísticos individuales.

5.10 Interpreta bienes de interés cultural y otros recursos culturales del entorno regional y local, adaptando itinerarios, rutas o visitas a distintos contextos y tipos de grupos o usuarios turísticos individuales.

5.11 Justifica la necesidad de conocer las culturas de los países de procedencia de los turistas y de la cultura regional y local para la interpretación global del patrimonio.

5.12 Define los métodos de evaluación y control en la interpretación del patrimonio.

5.13 Diseña los correspondientes cuestionarios de satisfacción.

RA 6. Identifica el patrimonio histórico, artístico, sociocultural y natural-paisajístico de Cataluña caracterizándolo, analizando su diversidad e interpretándolo como recurso turístico.

6.1 Crea bases de datos que identifiquen los recursos y sus descripciones más adecuadas para clasificar la tipología del recurso y su importancia.

6.2 Identifica los lugares patrimonio de la humanidad que existen en Cataluña, así como otros bienes inscritos en la Lista de Patrimonio Mundial, como el bien de interés cultural (BIC) y otros tipos de bienes clasificados.

6.3 Identifica a los organismos responsables de las políticas de protección del patrimonio cultural.

6.4 Clasifica las fiestas tradicionales de Cataluña y diferencia las de interés turístico.

6.5 Identifica los principales museos y centros culturales que existen en Cataluña, así como sus contenidos genéricos.

6.6 Diseña fórmulas para clasificar e interpretar otro tipo de recursos como gastronomía, etnografía, etnología y tradiciones.

6.7 Valora la diversidad y peculiaridades de la cultura y el patrimonio cultural.

6.8 Clasifica los diferentes tipos de espacios naturales protegidos y no protegidos (litoral, montaña, espacios húmedos y otros) y describe sus principales formas, figuras y medios de protección ambiental en el ámbito de Cataluña.

6.9 Define las características de las diferentes clasificaciones legales existentes, identificando a los organismos responsables de las políticas de protección del patrimonio natural.

6.10 Define cuál es la protección legal e institucional del patrimonio natural en Cataluña.

Contenidos

1. Identificación de los recursos turísticos del territorio:

1.1 Recursos turísticos. Clasificación y tipología.

1.2 Legislación que afecta a los recursos turísticos.

1.3 Normativa de protección existente en Europa y España respecto a los recursos turísticos, a su protección, mantenimiento y reconocimiento. Procedimientos legales y organismos.

2. Interpretación de los conceptos básicos del arte:

2.1 Terminología del arte. Materiales y técnicas

2.2 Periodos, movimientos y estilos artísticos más representativos en pintura, escultura, arquitectura y otras manifestaciones artísticas de Cataluña y España.

2.3 Principales representaciones en Cataluña y España

3. Identificación y análisis del patrimonio histórico, artístico y sociocultural de España:

3.1 Diferenciación de conceptos generales y clasificación. Aspectos legales. Niveles de protección. El patrimonio de la humanidad. El papel de la UNESCO. Los bienes de interés cultural o BIC.

3.2 Patrimonio y bienes patrimoniales en España. Turismo cultural.

3.3 Museos y otros centros culturales. Normativa.

3.4 Gastronomía de España. Elaboraciones y productos tradicionales.

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

3.6 Etnografía y artesanía. Productos propios de cada zona.

3.7 El patrimonio intangible. Fiestas y declaraciones de interés turístico regional, nacional e internacional.

3.8 Otras expresiones culturales.

3.9 Tipología de la arquitectura popular en las CCAA

4. Patrimonio natural y paisajístico:

4.1 El recurso natural y paisajístico. Conceptos generales y clasificación. Terminología.

4.2 Niveles de protección y aspectos legales. Espacios naturales protegidos españoles y su normativa.

4.3 Programas europeos de ayuda al patrimonio natural y paisajístico. El patrimonio natural de la humanidad. El papel de la UNESCO

4.4 Parques nacionales y espacios naturales protegidos del ámbito nacional, autonómico, regional y local. Otros recursos naturales del entorno regional y local.

4.5 Turismo, cultura ambiental y sostenibilidad. Medidas para mantener el medio ambiente.

4.6 Manifestaciones y peculiaridades relevantes del patrimonio natural en el entorno regional y local.

4.7 Infraestructura básica: accesos, abastecimientos, transportes y otros. Infraestructura turística: alojamientos, servicios de restauración, oferta recreativa y otros. Equipamiento de uso público de espacios protegidos. Proveedores de servicios. Rutas e itinerarios, visitas u otras actividades en espacios naturales susceptibles de programación.

5 Análisis de recursos turísticos del entorno:

5.1 Fuentes de información turística primarias y secundarias: identificación, discriminación, contraste y selección.

5.2 Soportes informativos y medios de acceso a la información sobre recursos turísticos.

6. Interpretación global del patrimonio histórico, artístico y sociocultural.

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

6.2 La interpretación del patrimonio como sistema de gestión. Principios y objetivos.

Interpretación y turismo. Conceptos de interpretación. Técnicas de interpretación. Medios interpretativos: personales y no personales. Métodos interpretativos

6.3 Interpretación y procesamiento de información sobre recursos turísticos y culturales y naturales del entorno regional y local. Organización, procesamiento y actualización de la información.

7. Identificación y análisis del patrimonio histórico, artístico, sociocultural, natural y paisajístico de Cataluña:

7.1 Patrimonio y bienes patrimoniales en Cataluña. Turismo cultural.

7.2 Museos y otros centros culturales. Normativa.

7.3 Gastronomía de Cataluña. Elaboraciones y productos tradicionales.

7.4 Enología de Cataluña. Zonas vinícolas y denominaciones de origen.

7.5 Etnografía y artesanía. Productos propios de cada zona.

7.6 El patrimonio intangible. Fiestas y declaraciones de interés turístico.

7.7 Otras expresiones culturales.

7.8 Recursos naturales y paisajísticos. Niveles de protección y aspectos legales. Espacios naturales protegidos y su normativa.

7.9 Turismo, cultura ambiental y sostenibilidad. Medidas para mantener el medio ambiente.

7.10 Manifestaciones y peculiaridades relevantes del patrimonio natural.

7.11 Infraestructura básica: accesos, abastecimientos, transportes y otros. Infraestructura turística: alojamientos, servicios de restauración, oferta recreativa y otros. Equipamiento de uso público de espacios protegidos. Proveedores de servicios. Rutas e itinerarios, visitas u otras actividades en espacios naturales susceptibles de programación.

0385. Servicios de información turística

Duración: 121 horas

Horas a realizar en el centro educativo: 55 horas

Horas de estancia en la empresa: 66 horas

Equivalencia en créditos ECTS: 7

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

Criterios de evaluación

1.1 Identifica la evolución de las oficinas de información dentro de la historia del turismo y su actual tendencia.

1.2 Realiza estudios comparativos de las legislaciones turísticas y del papel y de las funciones de las oficinas en las normas comunitarias, estatales y autonómicas.

1.3 Analiza la situación actual de las oficinas en Cataluña y España, y la compara con el desarrollo experimentado en Europa.

- 1.4 Utiliza las aplicaciones informáticas para el diseño creativo y la presentación de información de las oficinas en Cataluña a partir de datos reales.
- 1.5 Identifica a otros organismos oficiales que desarrollan tareas de información y promoción turística.

2. Define los distintos tipos de oficinas de información turística reconociendo sus finalidades específicas.

Criterios de evaluación

- 2.1 Identifica las oficinas en origen y destino, así como otros organismos de información y promoción.
- 2.2 Interpreta las diferentes funciones y actividades de los distintos tipos de oficinas.
- 2.3 Reconoce a los diferentes profesionales de la información turística y sus puestos de trabajo.
- 2.4 Esquematiza las estructuras organizativas de los servicios de información turística.
- 2.5 Describe la relación con otros agentes turísticos del destino y la forma de colaboración entre ellos.
- 2.6 Especifica los criterios que marcan prioridades en la realización del trabajo en el centro o departamento y la adaptación a la imagen corporativa de la entidad.

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

Criterios de evaluación

- 3.1 Describe los distintos espacios de una oficina de información turística de acuerdo con sus funciones.
- 3.2 Identifica las fuentes de información necesarias para elaborar un fondo de documentación turística que responda a las necesidades planteadas.
- 3.3 Señaliza los servicios de información turística, puntos de información y resto de sistemas según la normativa vigente.
- 3.4 Utiliza los soportes técnicos e informáticos más adecuados para la gestión y el tratamiento de la información.
- 3.5 Emplea los medios de elaboración y soportes de difusión de la información turística más apropiados y actuales.

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

Criterios de evaluación

- 4.1 Analiza la demanda real y potencial para plantear el diseño de oferta de productos y servicios de información que cumplan los estándares de calidad.
- 4.2 Describe las características del plan de atención al público, estableciendo unas pautas básicas de atención diferenciada para cada caso (presencial, por teléfono, correo electrónico u otras vías).
- 4.3 Identifica los horarios más adecuados para atender al servicio de información y para planificar los recursos humanos.
- 4.4 Ejecuta las técnicas necesarias para solucionar las posibles quejas o reclamaciones que se produzcan en los sistemas de información turística.

4.5 Obtiene las estadísticas y los informes necesarios para analizar el funcionamiento de los sistemas de información turística.

5. Comunica los productos y servicios de los sistemas de información, difundiendo las tareas que realizan.

Criterios de evaluación

5.1 Identifica los instrumentos de comunicación más adecuados para la difusión de los productos y servicios de los sistemas de información turística.

5.2 Ejecuta las políticas y los programas de identidad corporativa.

5.3 Evalúa la posibilidad de venta de servicios opcionales o complementarios en los casos en que la legislación lo permita.

5.4 Desarrolla los instrumentos administrativos para la gestión de datos sobre flujos turísticos que afectan al sistema de información.

5.5 Determina posibles vías de colaboración con otras empresas que tengan una relación directa o indirecta con el turismo de la zona.

Contenidos

1. Descripción de los sistemas de información turística

1.1 Historia de la información turística.

1.2 Estructura de la política sobre información turística.

1.3 La información como servicio turístico.

1.4 Otros tipos de servicios que puede prestar un centro de información turística.

1.5 Legislación en materia de información turística en Cataluña, España y Europa.

1.6 Normativa sobre las oficinas de turismo.

1.7 Aplicaciones informáticas de diseño y presentación de información en las oficinas de Cataluña.

2. Definición de los tipos de oficinas de información turística y sus finalidades

2.1 Tipo de centros de información turística. Normativa.

2.2 Organismos oficiales.

2.3 Funciones del personal de un servicio de información turística.

2.4 Diferentes tipos de profesionales de la información turística.

2.5 Relaciones con otras empresas, agentes y entidades del sector turístico.

3. Estructuración de los servicios de información turística:

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

3.2 Redes de centros y servicios de información turística.

3.3 Páginas web afines a esta temática.

3.4 Plan de calidad turística de España.

3.5 Plan de acción en oficinas de turismo.

3.6 Fuentes de información turística.

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

4.1 Asignación de los recursos humanos en una oficina.

4.2 Atención al público en los servicios de información turística.

4.3 Tratamiento de solicitudes y peticiones presenciales, por teléfono, correo electrónico u otras vías.

4.4 Quejas y reclamaciones.

4.5 Documentación interna y externa.

4.6 Ofimática y nuevas tecnologías de la información aplicada en las oficinas de turismo.

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

5.1 Creación de soportes de difusión de la información turística.

5.2 Los instrumentos de comunicación.

5.3 Relación con los medios de comunicación.

5.4 La identidad corporativa.

5.5 Instrumentos de gestión para los flujos turísticos.

5.6 Relaciones con otros agentes turísticos.

5.7 Venta de servicios opcionales o complementarios.

0386. Procesos de guía y asistencia turística

Duración: 198 horas

Horas a realizar en el centro educativo: 99 horas

Horas de estancia en la empresa: 99 horas

Equivalencia en créditos ECTS: 9

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

Criterios de evaluación

1.1 Describe los principios éticos y deontológicos de la profesión.

1.2 Describe las diferentes modalidades y perfiles profesionales de la actividad de asistencia y guía de grupos turísticos.

1.3 Reconoce los diferentes tipos de servicios y caracteriza las funciones a desarrollar en cada uno de ellos.

1.4 Caracteriza y relaciona los aspectos de calidad y atención a los clientes en los servicios de asistencia y guía.

1.5 Interpreta las disposiciones legales vigentes que afectan a la actividad de asistencia y guía.

1.6 Identifica las principales asociaciones y colegios profesionales y sus funciones.

1.7 Analiza y describe la relación profesional que se establece entre los acompañantes de grupo y los guías de turismo.

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

Criterios de evaluación

2.1 Identifica los componentes de la oferta turística de un ámbito territorial y temporal determinado.

- 2.2 Diseña itinerarios, rutas y visitas a recursos turísticos, caracterizando los distintos métodos y fases.
- 2.3 Justifica la viabilidad comercial, técnica y, en su caso, ambiental del itinerario, ruta o visita diseñada.
- 2.4 Identifica las posibles dificultades para personas con discapacidad o necesidades específicas.
- 2.5 Caracteriza y selecciona las estrategias adecuadas para adaptar la información al perfil del usuario.
- 2.6 Caracteriza la intermediación habitual del guía con prestatarios de los recursos y servicios turísticos y otras guías.
- 2.7 Sigue los protocolos establecidos para la gestión de la documentación relativos al registro, emisión y archivo utilizando medios informáticos.

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

Criterios de evaluación

- 3.1 Identifica e interpreta la normativa sobre movimiento de viajeros en fronteras y aduanas.
- 3.2 Identifica las principales divisas, caracterizando la operativa del cambio y el movimiento de divisas.
- 3.3 Describe las funciones y servicios que prestan los consulados y las embajadas.
- 3.4 Identifica y describe los posibles riesgos para la seguridad y la salud de los viajeros en determinados destinos y los trámites sanitarios exigidos en cada caso.
- 3.5 Identifica y describe las prestaciones de los seguros de viajes, las cláusulas de las pólizas y las exclusiones, así como el procedimiento a seguir en caso de contingencias.
- 3.6 Reconoce las diferencias religiosas, culturales y otras consideraciones que deben tenerse en cuenta en determinados destinos.
- 3.7 Utiliza diversas fuentes para la obtención de información de utilidad al viajero.
- 3.8 Describe las contingencias que habitualmente se producen en el desarrollo de la actividad, justificando las medidas alternativas y las técnicas de solución de incidencias que pueden adoptarse para evitarlas o solucionarlas.

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

Criterios de evaluación

- 4.1 Analiza las fases en el proceso de comunicación del guía con grupos de visitantes y contempla las dificultades propias en dicho proceso.
- 4.2 Describe y aplica diferentes técnicas de habilidades sociales y de comunicación no verbal propias de la actividad de asistencia y guía de grupos.
- 4.3 Expresa oralmente, de forma directa o con otros medios de amplificación, con tono, ritmo, volumen de voz y expresión gestual adecuada a la situación.
- 4.4 Identifica las diferencias culturales y describe los comportamientos que pueden encontrarse en grupos de viajeros e identifica los problemas de relación que plantean.

4.5 Identifica y aplica las técnicas de dinámicas de grupo, motivación y liderazgo aplicables a la asistencia y guía de grupos turísticos en diferentes entornos de trabajo y con distinta tipología de grupos.

4.6 Planifica diferentes programas y actividades de animación y actividades lúdico-recreativas dependiendo del servicio y de las características del grupo.

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

Criterios de evaluación

5.1 Comprueba las condiciones de los recursos que deben utilizarse (días de apertura, horarios, otros), la disponibilidad del transporte y cualquier otra información relevante para el desarrollo del viaje, de la ruta, del itinerario o de la visita.

5.2 Comprueba la documentación de viaje que aportan las agencias y los mayoristas para el guía y los prestatarios de los servicios.

5.3 Anticipa posibilidades de cambios en el viaje, ruta, itinerario o visita por imprevistos.

5.4 Desarrolla las exposiciones adaptando el mensaje en función del tipo de clientes.

5.5 Tiene en cuenta las condiciones de accesibilidad y las barreras arquitectónicas para personas con necesidades específicas.

5.6 Valora la participación activa del guía o acompañante con la entidad organizadora y el resto de proveedores, en la mejora del itinerario y servicios finales ofrecidos.

5.7 Aplica las técnicas para la autoevaluación de la práctica profesional.

5.8 Tiene en cuenta los aspectos relacionados con la atención a los clientes, la seguridad y la gestión de la calidad.

5.9 Realiza la factura teniendo en cuenta las tarifas vigentes.

5.10 Aplica técnicas para la gestión de situaciones de tensión, resolución de conflictos individuales o de grupo y de imprevistos.

5.11 Identifica las pautas de actuación en caso de accidente o situación de emergencia.

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

Criterios de evaluación

6.1 Describe y caracteriza las tipologías de terminales de transporte de viajeros.

6.2 Describe las instalaciones, el personal y el funcionamiento básico de las terminales de transporte de viajeros.

6.3 Describe el contenido de un plan de seguridad en terminales de transporte de viajeros.

6.4 Enumera y define las operaciones y los trámites que deben efectuar los viajeros en las terminales de salida y de llegada, según el medio de transporte.

6.5 Caracteriza los procedimientos de facturación, embarque y recogida de equipajes teniendo en cuenta las características específicas de las mercancías y de cada terminal.

6.6 Analiza los derechos y obligaciones de los viajeros en los medios de transporte, así como los de las empresas transportistas.

6.7 Describe y caracteriza los procesos en los puntos de información turística y atención a los clientes en las terminales de transporte de viajeros.

6.8 Describe y caracteriza los servicios de reserva, venta y emisión de títulos de transporte en distintos medios.

- 6.9 Identifica las actividades complementarias susceptibles de ser realizadas por el guía en el ámbito de las terminales de transporte de viajeros.
- 6.10 Tiene en cuenta los aspectos relacionados con la atención a los clientes y la gestión de la calidad.

Contenidos

1. Caracterización de los servicios de asistencia y guía:
 - 1.1 Deontología profesional.
 - 1.2 La calidad del servicio de asistencia y guía.
 - 1.3 Figuras profesionales. Caracterización de cada figura.
 - 1.4 Servicios de asistencia y de guía. Funciones del guía en cada caso. Relaciones de los acompañantes de grupos turísticos con los guías turísticos y las entidades contratantes, proveedores de servicios y otros profesionales.
 - 1.5 Regulación de la actividad profesional.
 - 1.6 Normativa europea, estatal y autonómica.
 - 1.7 Regulación del acceso a la condición de guía.
 - 1.8 Asociaciones y colegios profesionales.
2. Diseño de itinerarios, visitas y otros servicios:
 - 2.1 Diseño y programación de los distintos tipos de servicios. Metodología. Fases.
 - 2.2 Análisis de viabilidad.
 - 2.3 La accesibilidad en los recursos turísticos.
 - 2.4 Información adaptada a distintos perfiles de usuarios y/o servicios.
 - 2.5 Intermediación del guía con otras entidades y profesionales del sector.
 - 2.6 Responsabilidades contractuales.
 - 2.7 Documentación asociada a los servicios de asistencia y guía: fichas de recursos, lista de grupo (rooming list), bonos y expedientes.
 - 2.8 Aplicaciones informáticas.
3. Descripción de los requisitos inherentes en los desplazamientos de viajeros:
 - 3.1 Viajeros, viajeros en tráfico, fronteras y aduanas.
 - 3.2 Aspectos legales y documentación.
 - 3.3 Moneda y divisa. Normativa internacional y comunitaria sobre cambio y movimiento de moneda.
 - 3.4 Consulados y embajadas. Funciones y servicios.
 - 3.5 La salud y la seguridad en los viajes.
 - 3.6 Riesgos sanitarios y de otra índole. Vacunación profiláctica y otras.
 - 3.7 Seguros de viajes.
 - 3.8 Actitudes del viajero en determinados destinos: religión, cultura y tradiciones.
 - 3.9 Fuentes de información de utilidad para el viajero.
4. Aplicación de técnicas de comunicación y de dinamización de grupos:
 - 4.1 La comunicación en el servicio de asistencia y de guía. Fases. La comunicación interpersonal. La comunicación en grandes grupos. Retroalimentación.
 - 4.2 Habilidades sociales y técnicas de comunicación específicas para la actividad de asistencia, acompañamiento y guía de grupos turísticos. Dificultades y barreras en la

comunicación. Comunicación verbal y no verbal en público. Problemas más frecuentes. Sexismo y estereotipos de género.

4.3 Metodología para la interpretación de recursos culturales y naturales.

4.4 Aplicaciones. Manejo de grupos en entornos urbanos, interior de monumentos, entornos rurales, espacios naturales o parques nacionales. Uso de equipos de megafonía en espacios abiertos y cerrados.

4.5 Los grupos turísticos. Caracterización. Etapas en el desarrollo de los grupos. Principales roles en el seno del grupo.

4.6 Dirección y liderazgo de grupos. Concepto, enfoques y aplicación.

4.7 Técnicas de dinamización de grupos en diferentes entornos y distintos segmentos.

4.8 Programas de animación y actividades lúdico-recreativas en ruta. La comunicación en los grupos en una intervención de animación.

5. Desarrollo de los procesos de asistencia y guía:

5.1 Procesos de servicios de asistencia y guía en transbordo (transfer), visitas a recursos culturales y naturales, excursiones, circuitos, rutas e itinerarios. Otros servicios.

5.2. Procedimientos de desarrollo del servicio: fases, técnicas, gestiones previas. Presentación, desarrollo y despedida.

5.3 Encuestas y autoevaluación. Tipo y aplicaciones.

5.4 La calidad en los servicios de guía. El perfeccionamiento profesional y la mejora continua.

5.5 La gestión de lo imprevisto. Técnicas.

5.6 Pautas de actuación en caso de accidente o situación de emergencia.

5.7 Organización de los sistemas de emergencia. Principios básicos de comunicación con el accidentado o accidentada.

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

6.1 Terminales y medios de transporte. Características, instalaciones, organización y funcionamiento básico. Plan de seguridad.

6.2 Derechos y obligaciones de viajeros y transportistas.

6.3 Procedimiento de facturación. Normas de seguridad y documentación.

6.4 Mercancías peligrosas y animales vivos.

6.5 Procedimiento de embarque.

6.6 Recogida de equipajes.

6.7 Protocolos de actuación en caso de incidencias.

6.8 Procedimientos de reserva, venta y emisión de títulos en terminales de transporte.

6.9 Otras operaciones en terminales de transporte.

6.10 Información turística. Información de la compañía.

6.11 Asistencia a colectivos con necesidades específicas: pasajeros con movilidad reducida, situaciones de dependencia y menores no acompañados.

6.12 Tratamiento de incidencias: sobrerreserva (overbooking), conexiones, cancelaciones y otros.

6.13 Atención de quejas y reclamaciones. Gestión de calidad.

6.14 Aplicaciones informáticas.

0387. Diseño de productos turísticos

Duración: 165 horas

Horas a realizar en el centro educativo: 99 horas
Horas de estancia en la empresa: 66 horas
Equivalencia en créditos ECTS: 9

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

Criterios de evaluación

- 1.1 Identifica los elementos que constituyen los inventarios de recursos.
- 1.2 Realiza inventarios de recursos a partir del estudio de campo de otros recursos.
- 1.3 Identifica los puntos clave de una ficha técnica.
- 1.4 Diseña y cumplimenta fichas técnicas del recurso territorial.
- 1.5 Realiza el análisis DAFO a partir de la información obtenida en el estudio de campo.
- 1.6 Analiza las técnicas de evaluación de los recursos turísticos.
- 1.7 Utiliza las aplicaciones informáticas para un diseño creativo.
- 1.8 Enumera, caracteriza e interrelaciona las variables que conforman la demanda turística de una zona determinada y analiza las motivaciones y otros factores que la condicionan.
- 1.9 Identifica los diferentes segmentos de mercado y los relaciona con determinados productos y con los servicios turísticos locales

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

Criterios de evaluación

- 2.1 Identifica los elementos que determinan la oferta turística.
- 2.2 Describe las distintas formas de turismo relacionando los servicios y productos susceptibles de desarrollo dependiendo de la tipología.
- 2.3 Identifica los componentes del producto turístico detectando los elementos de atracción de destino.
- 2.4 Reconoce los tres niveles que forman parte del producto turístico: recursos, servicios y valor añadido.
- 2.5 Elabora proyectos de creación, mejora y desarrollo de productos y servicios turísticos en ámbitos locales, analizando la potencialidad turística de la zona y las características de la demanda actual y potencial.
- 2.6 Aplica la legislación vigente sobre urbanismo, protección ambiental y ordenación turística.
- 2.7 Elabora mapas de posicionamiento de los productos, destinos o servicios turísticos.
- 2.8 Aplica los principios de desarrollo sostenible y de protección ambiental al programar las actuaciones.
- 2.9 Comprueba si existe o no una pérdida de competitividad del destino.
- 2.10 Elabora el ciclo de vida del producto, servicio o destino y establece en qué fase se encuentra.

3. Diseña productos, servicios y destinos turísticos organizando y planificando actuaciones concretas.

Criterios de evaluación

- 3.1 Relaciona los recursos para establecer el tipo de producto o servicio y/o destino a diseñar.
 - 3.2 Identifica las características del producto o servicio y/o el destino turístico.
 - 3.3 Realiza las operaciones necesarias para estructurar el producto, servicio o destino turístico en función de los beneficios.
 - 3.4 Realiza todas las acciones necesarias para la creación de productos, servicios o destinos turísticos.
 - 3.5 Identifica los objetivos clave del plan de desarrollo para su aplicación en la creación de productos o servicios.
 - 3.6 Formula planes de acción conforme a los objetivos identificados y argumenta las estrategias de promoción más adecuadas, según el tipo de producto o servicio turístico en cuestión.
 - 3.7 Asocia estrategias de comercialización y comunicación determinadas a las peculiaridades de los productos, servicios y destinos turísticos locales en general.
 - 3.8 Selecciona los distintos canales e instrumentos de comunicación utilizados para la comercialización de productos, servicios y destinos turísticos locales.
 - 3.9 Identifica los geográficos, públicos objetivos y acciones de comunicación adecuadas al producto.
 - 3.10 Estima los costes, el alcance y los posibles resultados de las acciones definidas.
 - 3.11 Identifica los instrumentos y variables que permiten evaluar el grado de eficacia de las acciones comerciales programadas, en función del público receptor y del coste previsto.
 - 3.12 Identifica e interpreta la normativa que regula la comercialización de productos y marcas.
4. Implementa los productos, servicios y/o destinos turísticos seleccionando las variables de mayor impacto socioeconómico para el entorno.

Criterios de evaluación

- 4.1 Identifica los efectos del turismo en el área o en la zona.
 - 4.2 Realiza todos los estudios necesarios para conocer la capacidad de carga del destino en el que se llevará a cabo el producto o servicio turístico.
 - 4.3 Identifica los componentes del marketing de servicios que inciden en la creación, oferta y promoción de un determinado producto turístico.
 - 4.4 Valora la importancia de la aplicación del sistema de servucción en la creación y promoción de productos turísticos de ámbito local.
 - 4.5 Valora el peso de cada variable del marketing mix y su importancia en el desarrollo de productos turísticos locales a partir del ciclo de vida de los productos.
 - 4.6 Ejecuta las técnicas necesarias para el desarrollo y puesta en marcha de un nuevo producto.
 - 4.7 Ejecuta las técnicas necesarias para establecer los niveles de producto o servicio turístico.
 - 4.8 Caracteriza el producto, servicio y/o destino turístico para establecer las decisiones de marca.
5. Dinamiza los recursos económicos territoriales, relacionando la actividad de los agentes locales con el producto o servicio turístico creado.

Criterios de evaluación

- 5.1 Identifica las políticas, planes y programas estratégicos de desarrollo local.
- 5.2 Selecciona y utiliza las políticas, planes y programas de desarrollo turístico y local.
- 5.3 Identifica y selecciona los equipos humanos y las técnicas adecuadas para dinamizar los recursos de la zona.
- 5.4 Aplica las técnicas de dinamización seleccionadas.
- 5.5 Valora la repercusión de la dinamización turística realizada, como oportunidad de desarrollo local, económico y de bienestar social.
- 5.6 Identifica y selecciona las diferentes ayudas y subvenciones a las que se puede acoger un destino turístico para desarrollar un producto o servicio turístico.

Contenidos

- 1. Análisis del potencial turístico de una zona:
 - 1.1 Recursos turísticos del territorio.
 - 1.2 Tipo de recursos.
 - 1.3 Confección de fichas de recursos turísticos.
 - 1.4 Elaboración de los inventarios de recursos turísticos.
 - 1.5 Técnicas de evaluación.
 - 1.6 Cuestionarios de evaluación de recursos.
 - 1.7 Elaboración de sistemas de diagnóstico DAFO.
 - 1.8 Programas ofimáticos de gestión de datos.
 - 1.9 Dinámica de los flujos turísticos.
 - 1.10 El marco jurídico, económico y social.
 - 1.11 Administraciones públicas competentes en materia de turismo.
- 1. Análisis del potencial turístico de una zona:
 - 1.1 Recursos turísticos del territorio.
- 2. Oportunidades de creación, modificación y eliminación de productos, servicios o destinos turísticos:
 - 2.1 Organización de la oferta turística.
 - 2.2 Mapas de posicionamiento de los distintos productos turísticos de una zona.
 - 2.3 Ciclo de vida de los productos, servicios y destinos.
 - 2.4 El desarrollo sostenible para planificadores locales: aspectos económicos, ambientales y socioculturales.
 - 2.5 La importancia del entorno ambiental para el desarrollo turístico.
 - 2.6 La gestión ambiental en turismo: impactos ambientales, consumo energético y agua, tratamiento de residuos, otros aspectos.
 - 2.7 Plan de mejora ambiental dentro de la política de calidad.
- 3. Diseño de productos, servicios y/o destinos turísticos:
 - 3.1 Planificación del destino turístico: creación y desarrollo.
 - 3.2 Clasificación de los destinos.
 - 3.3 Identificación del producto, servicio y/o destino.
 - 3.4 Fuentes de información sobre oferta, demanda, estructura, evolución y tendencias de los productos turísticos locales.
 - 3.5 Plan de desarrollo del producto, destino y/o servicio turístico.

3.6 Los planes de ordenación territorial y su incidencia en el desarrollo turístico.

3.7 Plan de acción.

3.8 Posicionamiento estratégico frente a la competencia.

4. Implementación de los productos, servicios y/o destinos turísticos:

4.1 Desarrollo del producto, servicio y/o destino turístico.

4.2 Análisis de los efectos del desarrollo turístico.

4.3 Establecimiento de la capacidad de carga.

4.4 La puesta en marcha del producto o destino turístico.

4.5 Importancia y creación de la marca y de la imagen del destino.

4.6 Funciones de la imagen de marca y tipos.

4.7 Publicidad, publicaciones, relaciones públicas, ferias turísticas, encuentros profesionales entre ofertantes de productos turísticos y organizadores de viajes y otros.

5. Dinamización de los recursos territoriales:

5.1 Políticas instrumentales de desarrollo local.

5.2 Técnicas de dinamización de los distintos grupos de interés.

5.3 Ayudas y subvenciones.

C076 Catalán/Aranés Profesional

Duración: 66h

Horas a realizar en el centro educativo: 66h

Horas de estancia en la empresa:

Equivalencia en créditos ECTS:

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

Criterios de evaluación

1.1 Identifica la idea principal del mensaje.

1.2 Reconoce la finalidad de mensajes auditivos pronunciados en lengua estándar identificando el estado de ánimo y el tono del hablante.

1.3 Extrae información de grabaciones en lengua estándar relacionadas con la vida profesional y cotidiana.

1.4 Identifica los puntos de vista y las actitudes del hablante.

1.5 Identifica las principales ideas de declaraciones y mensajes sobre temas concretos y abstractos, en lengua estándar y con un ritmo normal.

1.6 Comprende con todo detalle lo que se le dice en lengua estándar, incluso en un ambiente con ruido de fondo.

1.7 Extrae las ideas principales de conferencias, charlas e informes, y otras presentaciones profesionales.

1.8 Toma conciencia de la importancia de comprender globalmente un mensaje, sin entender todos y cada uno de los elementos.

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

Criterios de evaluación

2.1 Lee con un alto grado de independencia, adaptando el estilo y la velocidad de la lectura a distintos textos y finalidades.

2.2 Interpreta, con detalle, textos extensos y de relativa complejidad, relacionados con el ámbito profesional.

2.3 Relaciona el texto con el ámbito del sector al que se refiere.

2.4 Identifica con rapidez el contenido y la importancia de noticias, artículos e informes sobre una amplia serie de temas profesionales y decide si es oportuno un análisis más profundo.

2.5 Interpreta mensajes técnicos recibidos a través de medios diversos: correo postal, fax, correo electrónico, entre otros.

2.6 Interpreta instrucciones extensas y complejas, relacionadas con el ámbito profesional.

2.7 Selecciona y utiliza materiales de consulta y diccionarios técnicos, si procede.

3. Emite mensajes orales claros y bien estructurados, habituales en el sector profesional, analizando su contenido de la situación y adaptándose al registro lingüístico de los interlocutores.

Criterios de evaluación

3.1 Identifica los registros utilizados para la emisión del mensaje.

3.2 Se expresa con fluidez, precisión y eficacia sobre una amplia serie de temas profesionales o cotidianos, marcando con claridad la relación entre las ideas.

3.3 Comunica espontáneamente, adoptando un nivel de formalidad adecuado a las circunstancias.

3.4 Utiliza normas de protocolo en presentaciones formales e informales.

3.5 Utiliza correctamente la terminología de la profesión.

3.6 Expresa y defiende puntos de vista con claridad, proporcionando explicaciones y argumentos adecuados.

3.7 Describe y secuencía un proceso de trabajo de su competencia.

3.8 Argumenta con detalle la elección de una determinada opción o procedimiento de trabajo escogido.

3.9 Solicita la reformulación del discurso o de una parte cuando es necesario.

3.10 Aplica fórmulas de interacción adecuadas en situaciones profesionales variadas.

4.Elabora documentos e informes propios del ámbito profesional o de la vida cotidiana, utilizando los registros adecuados a cada situación.

Criterios de evaluación

4.1 Redacta textos claros y detallados sobre una variedad de temas relacionados con el ámbito profesional, sintetizando y evaluando información y argumentos procedentes de diversas fuentes.

4.2 Organiza la información con corrección, precisión, coherencia y cohesión, solicitando y/o facilitando información de tipo general o detallada.

4.3 Redacta informes, destacando los aspectos significativos y ofreciendo detalles relevantes que sirvan de soporte.

4.4 Formaliza la documentación específica del ámbito profesional.

4.5 Aplica las fórmulas establecidas y el vocabulario específico en la realización de documentos.

4.6 Resume artículos, noticias o informaciones del ámbito profesional, utilizando un vocabulario amplio para evitar la repetición frecuente.

4.7 Extrae la información esencial de manuales de instrucciones técnicos y otros documentos escritos habituales en la profesión.

4.8 Utiliza las fórmulas de cortesía propias del documento a elaborar.

Contenidos

1. Comprensión de mensajes orales:

1.1 Reconocimiento de mensajes profesionales del sector y cotidianos. Mensajes directos, telefónicos, radiofónicos, grabados.

1.2 Terminología específica del sector de los servicios turísticos.

1.3 Ideas principales y secundarias.

1.4 Diferentes acentos de lengua oral.

2. Interpretación de mensajes escritos:

2.1 Comprensión de mensajes, textos, artículos profesionales y cotidianos.

2.2 Soportes convencionales: correo postal, fax, burofax, entre otros, y soportes telemáticos: correo electrónico, telefonía móvil, agenda electrónica, entre otros.

2.3 Terminología específica de los servicios turísticos.

3. Producción de mensajes orales:

3.1 Registros utilizados en la emisión de mensajes orales. Terminología específica del sector turístico.

3.2 Mantenimiento y seguimiento del discurso oral: utilización del turno de palabra, mantenimiento y cesión. Apoyo, demostración de comprensión, petición de aclaración y otros.

3.3 Expresión fónica, entonación y ritmo.

3.4 Entonación como recurso de cohesión del texto oral: uso de los patrones de entonación.

3.5 Marcadores lingüísticos de protocolo en el ámbito profesional y social, normas de cortesía y diferencias de registro.

4. Emisión de textos escritos:

4.1 Realización de documentos profesionales del sector y de la vida cotidiana.

4.2 Elaboración de textos profesionales del sector y de la vida cotidiana.

4.3 Adecuación del texto al contexto comunicativo.

4.4 Registro.

4.5 Selección léxica, selección de estructuras sintácticas y selección de contenido relevante.

4.6 Coherencia en el desarrollo del texto.

0179. Inglés profesional

Duración: 66 horas

Horas a realizar en el centro educativo: 66 horas

Horas de estancia en la empresa:

Equivalencia en créditos ECTS: 5

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

Criterios de evaluación

1.1 Identifica la idea principal del mensaje.

1.2 Reconoce la finalidad de mensajes auditivos pronunciados en lengua estándar identificando el estado de ánimo y el tono del hablante.

1.3 Extrae información de grabaciones en lengua estándar relacionadas con la vida profesional y cotidiana.

1.4 Identifica los puntos de vista y las actitudes del hablante.

1.5 Identifica las principales ideas de declaraciones y mensajes sobre temas concretos y abstractos, en lengua estándar y con un ritmo normal.

1.6 Comprende con todo detalle lo que se le dice en lengua estándar, incluso en un ambiente con ruido de fondo.

1.7 Extrae las ideas principales de conferencias, charlas e informes, y otras presentaciones profesionales.

1.8 Toma conciencia de la importancia de comprender globalmente un mensaje, sin entender todos y cada uno de los elementos.

2. Comprende mensajes escritos, de naturaleza profesional, académica y cotidiana, de relativa dificultad, analizando de forma comprensiva su contenido.

Criterios de evaluación

- 2.1 Identifica la principal idea de textos específicos de su ámbito social, profesional o académico.
- 2.2 Reconoce la finalidad de diferentes textos escritos en cualquier soporte, en lengua estándar y relacionados con la actividad profesional.
- 2.3 Extrae información específica de textos, de distinta naturaleza, relativos a su profesión, y contenidos en diferentes soportes.
- 2.4 Toma conciencia de la importancia de comprender globalmente un texto sin entender todos y cada uno de los elementos.
- 2.5 Lee y comprende, de forma autónoma, textos relacionados con el sector, con la velocidad y estilo de lectura propia del nivel competencial.
- 2.6 Interpreta la correspondencia relativa a su especialidad, captando fácilmente el significado esencial.
- 2.7 Interpreta textos extensos y de cierta complejidad, relacionados o no con su especialidad, pudiendo realizar diversas lecturas.
- 2.8 Identifica con rapidez el contenido y la importancia de noticias, artículos e informes sobre una amplia serie de temas profesionales.
- 2.9 Interpreta instrucciones, con distintos niveles de dificultad, y mensajes técnicos recibidos a través de soportes digitales.
- 2.10 Traduce textos de cierta complejidad, utilizando material de soporte en caso necesario.

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

Criterios de evaluación

- 3.1 Emite mensajes generales propios de sector y de la vida cotidiana, utilizando nexos y estrategias de interacción.
- 3.2 Intercambia con fluidez información específica y detallada utilizando estructuras de una complejidad acorde con el nivel competencial.
- 3.3 Selecciona y aplica los registros adecuados para la emisión del mensaje, así como protocolos y normas de relación social propios del país.
- 3.4 Realiza presentaciones, bien estructuradas, sobre temas de su ámbito profesional, utilizando los protocolos establecidos.
- 3.5 Utiliza correctamente la terminología de la profesión.
- 3.6 Describe y secuencia oralmente un proceso de trabajo de su competencia.
- 3.7 Solicita la reformulación del discurso o de una parte cuando se considere necesario.
- 3.8 Interacciona espontáneamente, adoptando un nivel de formalidad adecuado a las circunstancias.
- 3.9 Se expresa con fluidez, precisión y eficacia sobre una amplia serie de temas generales, académicos, profesionales o de ocio, marcando con claridad la relación entre las ideas.
- 3.10 Expresa y defiende puntos de vista con claridad, proporcionando explicaciones y argumentos adecuados.
- 3.11 Responde a preguntas relativas a su vida socioprofesional, incluidas las propias de una entrevista de trabajo.

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

Criterios de evaluación

4.1 Redacta textos claros y detallados sobre una variedad de temas relacionados con su profesión, sintetizando y evaluando información y argumentos procedentes de diversas fuentes.

4.2 Rellena documentación específica de su campo profesional, utilizando vocabulario específico y protocolos y normas de relación social propios del país.

4.3 Organiza la información con corrección, precisión, cohesión y coherencia, solicitando y/o facilitando información de tipo general o detallada.

4.4 Rellena textos mediante soportes visuales y claves lingüísticas.

4.5 Elabora informes, destacando los aspectos significativos y ofreciendo detalles relevantes que sirvan de soporte.

4.6 Escribe cartas, formales e informales, utilizando las fórmulas de cortesía establecidas y el vocabulario específico para su elaboración.

4.7 Resume distintos tipos de documentos escritos, utilizando sus propios recursos lingüísticos.

4.8 Utiliza las fórmulas de cortesía propias del documento que se va a elaborar.

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

Criterios de evaluación

5.1 Define los rasgos más significativos de las costumbres y usos del sector profesional en el uso de la lengua extranjera.

5.2 Describe los protocolos y normas de relación social propios del país.

5.3 Identifica los valores y creencias propios de la comunidad en la que se utiliza la lengua extranjera.

5.4 Identifica los aspectos socioprofesionales propios del sector en cualquier tipo de texto.

5.5 Aplica los protocolos y normas de relación social propios de la lengua extranjera.

5.6 Reconoce los marcadores lingüísticos de la procedencia regional.

Contenidos

1. Comprensión de mensajes orales:

1.1 Reconocimiento de mensajes profesionales del sector y cotidianos. Mensajes directos, telefónicos, radiofónicos, grabados.

- 1.2 Terminología específica del sector de los servicios turísticos.
- 1.3 Ideas principales y secundarias.
- 1.4 Diferentes acentos de lengua oral.
2. Interpretación de mensajes escritos:
 - 2.1 Comprensión de mensajes, textos, artículos profesionales y cotidianos.
 - 2.2 Soportes convencionales: correo postal, fax, burofax, entre otros, y soportes telemáticos: correo electrónico, telefonía móvil, agenda electrónica, entre otros.
 - 2.3 Terminología específica de los servicios turísticos.
3. Producción de mensajes orales:
 - 3.1 Registros utilizados en la emisión de mensajes orales. Terminología específica del sector turístico.
 - 3.2 Mantenimiento y seguimiento del discurso oral: utilización del turno de palabra, mantenimiento y cesión. Apoyo, demostración de comprensión, petición de aclaración y otros.
 - 3.3 Expresión fónica, entonación y ritmo.
 - 3.4 Entonación como recurso de cohesión del texto oral: uso de los patrones de entonación.
 - 3.5 Marcadores lingüísticos de protocolo en el ámbito profesional y social, normas de cortesía y diferencias de registro.
4. Emisión de textos escritos:
 - 4.1 Realización de documentos profesionales del sector y de la vida cotidiana.
 - 4.2 Elaboración de textos profesionales del sector y de la vida cotidiana.
 - 4.3 Adecuación del texto al contexto comunicativo.
 - 4.4 Registro.
 - 4.5 Selección léxica, selección de estructuras sintácticas y selección de contenido relevante.
 - 4.6 Coherencia en el desarrollo del texto.
5. Conocimiento del entorno sociocultural y profesional:
 - 5.1 Identificación e interpretación de los elementos culturales más significativos de los países en los que se utiliza la lengua inglesa.
 - 5.2 Valoración de las normas socioculturales y protocolarias en las relaciones internacionales.
 - 5.3 Uso de los recursos formales y funcionales en situaciones que requieren un comportamiento socioprofesional para proyectar una buena imagen de la empresa.

1665. Digitalización aplicada a los sectores productivos

Duración: 33 horas

Horas a realizar en el centro educativo: 33 horas

Equivalencia en créditos ECTS: 3

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación

1. Analiza el concepto de digitalización y su repercusión en los sectores productivos teniendo en cuenta la actividad de la empresa e identificando entornos IT (*Information*

Technology : tecnología de la información) y OT (*Operation Technology* : tecnología de operación) característicos.

Criterios de evaluación

- 1.1 Describe en qué consiste el concepto de digitalización.
- 1.2 Relaciona la implantación de la tecnología digital con la organización de las empresas.
- 1.3 Establece las diferencias y similitudes entre los entornos IT y OT.
- 1.4 Identifica los departamentos típicos de las empresas que pueden constituir entornos IT.
- 1.5 Selecciona las tecnologías típicas de la digitalización en planta y negocio.
- 1.6 Analiza la importancia de la conexión entre entornos IT y OT.
- 1.7 Analiza las ventajas de digitalizar una empresa industrial de extremo a extremo.

2. Caracteriza las tecnologías habilitadoras digitales necesarias para la adecuación/transformación de las empresas a entornos digitales describiendo sus características y aplicaciones.

Criterios de evaluación

- 2.1 Identifica las principales tecnologías habilitadoras digitales.
- 2.2 Relaciona las THD con el desarrollo de productos y servicios.
- 2.3 Relaciona la importancia de las THD con la economía sostenible y eficiente.
- 2.4 Identifica nuevos mercados generados por las THD.
- 2.5 Analiza la implicación de THD tanto en la parte de negocio como en la parte de planta.
- 2.6 Identifica las mejoras producidas debido a la implantación de las tecnologías habilitadoras en relación a los entornos IT y OT.
- 2.7 Elabora un informe que relacione, las tecnologías con sus características y áreas de aplicación.

3. Identifica sistemas basados en *cloud* /nube y su influencia en el desarrollo de los sistemas digitales.

Criterios de evaluación

- 3.1 Identifica los diferentes niveles del *cloud* /nube.
- 3.2 Identifica las principales funciones de la *cloud* /nube (procesamiento de datos, intercambio de información, ejecución de aplicaciones, entre otros).
- 3.3 Describe el concepto de *edge computing* y su relación con la *cloud* /nube.
- 3.4 Define los conceptos de *fog* y *mist* y sus zonas de aplicación en el conjunto.
- 3.5 Identifica las ventajas que proporciona la utilización del *cloud* /nube en los sistemas conectados.

4. Identifica aplicaciones de la IA (inteligencia artificial) en entornos del sector donde está enmarcado el título describiendo las mejoras implícitas en su implementación

Criterios de evaluación

- 4.1 Identifica la importancia de la IA en la automatización de procesos y su optimización.
- 4.2 Relaciona la IA con la recogida masiva de datos (*Big Data*) y su tratamiento (análisis) con la rentabilidad de las empresas.
- 4.3 Valora la importancia presente y futura de la IA.
- 4.4 Identifica a los sectores con implantación más relevante de IA.
- 4.5 Identifica los lenguajes de programación en IA.

4.6 Describe cómo influye la IA en el sector del título.

5. Evalúa la importancia de los datos, así como su protección en una economía digital globalizada, definiendo sistemas de seguridad y ciberseguridad tanto a nivel de equipo/sistema como globales.

Criterios de evaluación

5.1 Establece la diferencia entre dato e información.

5.2 Describe el ciclo de vida del dato.

5.3 Identifica la relación entre *Big Data* , análisis de datos, *machine / deep learning* e inteligencia artificial.

5.4 Describe las características que definen *Big Data* .

5.5 Describe las etapas típicas de la ciencia de datos y su relación en el proceso.

5.6 Describe los procedimientos de almacenamiento de datos en el *cloud* /nube.

5.7 Describe la importancia del *cloud computing* .

5.8 Identifica los principales objetivos de la ciencia de datos en las distintas empresas.

5.9 Valora la importancia de la seguridad y su regulación en relación a los datos.

6. Desarrolla un proyecto de transformación digital de una empresa de un sector relacionado con el título, teniendo en cuenta los cambios que deben producirse en función de los objetivos de la empresa.

Criterios de evaluación

6.1 Identifica los objetivos estratégicos de la empresa.

6.2 Identifica y alinea las áreas de producción/negocio y de comunicaciones.

6.3 Identifica las áreas susceptibles de ser digitalizadas.

6.4 Analiza el encaje de AD (Áreas Digitalizadas) entre sí y con las que no lo están.

6.5 Tiene en cuenta las necesidades presentes y futuras de la empresa.

6.6 Relaciona cada una de las áreas con la implantación de las tecnologías.

6.7 Analiza las posibles brechas de seguridad en cada una de las áreas.

6.8 Define el tratamiento de los datos y su análisis.

6.9 Tiene en cuenta la integración entre datos, aplicaciones y plataformas que los soportan, entre otros.

6.10 Documenta los cambios realizados en función de la estrategia.

6.11 Tiene en cuenta la idoneidad de los recursos humanos.

Contenidos (orientativos)

1. Repercusión de la digitalización en los sectores productivos:

1.1 Digitalización. Concepto, componentes clave e implantación en las empresas. *Cloud* /nube, *Big Data* e Inteligencia Artificial.

1.2 Entornos IT y OT. Definición, diferencias, similitudes y aplicación de cada entorno.

1.3 Identificación de departamentos típicos por constituir entornos IT.

1.4 Tecnologías típicas de la digitalización aplicadas a diferentes áreas de la empresa.

Conexión entre entornos IT y OT, interacción y sincronización.

1.5 Digitalización de una empresa. Ventajas y beneficios. Mejora de la eficiencia y la innovación.

2. Tecnologías habilitadoras digitales:

2.1 Identificación y descripción de las THD. IA, *Big Data* , *Cloud Computing* , IoT .

- 2.2 Análisis de la relación de las THD y el desarrollo de productos y servicios de forma sostenible y eficiente.
- 2.3 Análisis de nuevos sectores o mercados surgidos a partir de la aplicación de las THD.
- 2.4 Implicación e impacto de las THD en los distintos ámbitos empresariales.
- 2.5 Mejoras y beneficios con la implantación de THD en IT y OT. Eficiencia e innovación.
- 2.6 Elaboración de un informe que analice el rol de las THD en la mejora de la eficiencia, la calidad de los productos o servicios y las prácticas sostenibles.
- 3. Sistemas basados en el *cloud* /nube:
 - 3.1 *Cloud* /nube: niveles, funciones y aplicaciones en el entorno empresarial.
 - 3.2 Concepto de *edge computing* y su relación con el *cloud* /nube.
 - 3.3 *Fog* y *Mist* : concepto y zonas de aplicación. *Cloud computing* .
 - 3.4 Ventajas de la utilización del *Cloud* /nube en sistemas conectados. Escalabilidad, accesibilidad, coste-efectividad y ciberseguridad .
 - 3.5 Valoración de las ventajas como la escalabilidad, eficiencia en costes y mejora en la accesibilidad de los datos.
 - 3.6 Aplicaciones prácticas de los sistemas *cloud* . Ejemplos de uso de *cloud computing* en sectores productivos.
- 4. Aplicaciones de la Inteligencia Artificial en entornos del sector:
 - 4.1 La IA en la automatización y optimización de procesos.
 - 4.2 Relación de la IA con *Big Data* . Implicaciones empresariales.
 - 4.3 Evaluación de la importancia presente y futura de la IA. Visión actual y prospectiva de la IA.
 - 4.4 Exploración y identificación de sectores donde la IA es o puede llegar a ser clave.
 - 4.5 Lenguajes de programación en IA, herramientas y bancos de recursos.
 - 4.6 Influencia de la IA en el sector productivo de referencia.
- 5. Importancia de los datos y su protección en la economía digital:
 - 5.1 Diferencia entre dato e información. Datos crudos e información procesada.
 - 5.2 El ciclo de vida del dato. Descripción del proceso desde la recogida hasta su análisis y utilización.
 - 5.3 Exploración de la integración entre *Big Data* , análisis de datos, *machine / deep learning* y IA.
 - 5.4 Proceso de ciencia de datos: análisis de las etapas típicas en la ciencia de datos y su aplicación.
 - 5.5 Procedimiento de almacenamiento de datos en *cloud* /nube.
 - 5.6 Aplicaciones estratégicas de la ciencia de datos. Objetivos principales de la ciencia de datos en empresas.
 - 5.7 Seguridad de datos y regulación.
- 6. Proyecto de transformación digital:
 - 6.1 Estrategia de transformación digital. Identificación de áreas para la digitalización.
 - 6.2 Metodologías para la determinación de las áreas más susceptibles de digitalización dentro de la empresa.
 - 6.3 Integración de THD. Estrategias para integrar las tecnologías escogidas de IoT , IA, y *Big Data* en la estructura empresarial.
 - 6.4 Análisis de riesgos de seguridad. Mecanismos para mitigar los efectos de ciberataques o brechas. *Cero trust* .
 - 6.5 Estrategias para la recopilación, almacenamiento, procesamiento y análisis de datos.
 - 6.6 Documentación y registro de cambios estratégicos.
 - 6.7 Idoneidad de los recursos humanos.
 - 6.8 Elaboración del proyecto de transformación digital.

1708 Sostenibilidad aplicada al sistema productivo.

Duración: 33 horas

Horas a realizar en el centro educativo: 33

Equivalencia en créditos ECTS: 3

1. Identifica los aspectos ambientales, sociales y de gobernanza (ASG) relativos a la sostenibilidad teniendo en cuenta el concepto del desarrollo sostenible y los marcos internacionales que contribuyen a su consecución.

Criterios de evaluación

1.1 Describe el concepto de sostenibilidad estableciendo los marcos internacionales asociados al desarrollo sostenible.

1.2 Identifica los asuntos ambientales, sociales y de gobernanza que influyen en el desarrollo sostenible de las organizaciones empresariales.

1.3 Relaciona los objetivos de desarrollo sostenible (ODS) con su importancia por la consecución de la Agenda 2030

1.4 Analiza la importancia de identificar los aspectos ASG más relevantes para los grupos de interés de las organizaciones relacionándolas con los riesgos y oportunidades que suponen por la propia organización

1.5 Identifica los principales estándares de métricas por la evaluación del ejercicio en sostenibilidad y su papel en la rendición de cuentas que marca la legislación vigente y de futuras regulaciones de desarrollo.

1.6 Describe la inversión socialmente responsable y el papel de los analistas, inversores, agencias e índices de sostenibilidad en el fomento de la sostenibilidad

2. Caracteriza los retos ambientales y sociales a los que se afronta la sociedad, describiendo los impactos sobre las personas y los sectores productivos y proponiendo acciones para minimizarlos.

Criterios de evaluación

2.1 Identifica los principales retos ambientales y sociales.

2.2 Relaciona los retos ambientales y sociales en el desarrollo de la actividad económica.

2.3 Analiza el efecto de los impactos ambientales y sociales sobre las personas y los sectores productivos.

2.4 Identifica las medidas y acciones encaminadas a minimizar los impactos ambientales y sociales.

2.5 Analiza la importancia de establecer alianzas y trabajar de forma transversal y coordinada para abordar con éxito los retos ambientales y sociales.

3. Establece la aplicación de criterios de sostenibilidad en el ejercicio profesional y personal, identificando los elementos necesarios.

Criterios de evaluación

- 3.1 Identifica los ODS más relevantes para la actividad profesional que realiza.
- 3.2 Identifica los riesgos y oportunidades que representan los ODS.
- 3.3 Identifica las acciones necesarias para atender a algunos de los retos ambientales y sociales desde la actividad profesional y en el entorno personal.
- 4. Propone productos y servicios responsables teniendo en cuenta los principios de la economía circular.

Criterios de evaluación

- 4.1 Caracteriza el modelo de producción y consumo actual.
- 4.2 Identifica los principios de la economía verde y circular.
- 4.3 Contrasta los beneficios de la economía verde y circular hacia el modelo clásico de producción
- 4.4 Aplica principio de ecodiseño
- 4.5 Analiza el ciclo de vida del producto.
- 4.6 Identifica los procesos de producción y los criterios de sostenibilidad aplicados.

- 5. Realiza actividades sostenibles minimizando el impacto de las mismas en el medio ambiente.

Criterios de evaluación

- 5.1 Evalúa el impacto de las actividades personales y profesionales.
- 5.2 Aplica las estrategias sostenibles
- 5.3 Identifica los procesos de producción y los criterios de sostenibilidad aplicados.
- 5.4 Aplica la normativa ambiental.
- 5.5 Aplica principios de ecodiseño.
- 5.6 Aplica estrategias sostenibles.
- 5.7 Analiza el ciclo de vida del producto.
- 5.8 Identifica los procesos de producción y los criterios de sostenibilidad aplicados.
- 5.9 Aplica la normativa ambiental.

- 6. Analizar un plan de sostenibilidad de una empresa del sector, identificando los principales grupos de interés, los aspectos ASG material y justificando acciones por su gestión y medida.

Criterios de evaluación

- 6.1 Identifica los principales grupos de interés de la empresa.
- 6.2 Analiza los aspectos ASG materiales, las expectativas de los grupos de interés y la importancia de los aspectos ASG en relación a los objetivos empresariales.
- 6.3 Define acciones encaminadas a minimizar los impactos negativos y aprovechar las oportunidades que plantean los principales aspectos ASG identificados.
- 6.4 Determina las métricas de evaluación del ejercicio de la empresa de acuerdo con los estándares de sostenibilidad más ampliamente utilizados.
- 6.5 Elabora un informe de sostenibilidad con el plan y los indicadores propuestos.

Contenidos (orientativos)

1. Fundamentos de la Sostenibilidad y Desafíos Globales:

1.1 Definición y evolución del concepto de sostenibilidad.

1.2 Revisión del marco normativo y regulador en sostenibilidad a nivel local e internacional.

Análisis

métricas.

1.3 Cambio climático, protección de los ecosistemas, equidad social.

1.4 Marco universal y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) dentro de la Agenda 2030.

1.5 Concepto y aplicación de la gestión ASG.

2 Retos ambientales y sociales

2.1 Identificación de los impactos sociales, ambientales y económicos del sector en sus partes

interesadas.

2.2 Análisis de los retos ambientales y sociales relacionados con la actividad económica.

2.3 Economía circular y gestión de compromisos sociales en la empresa.

2.4 Alianzas y sinergias público-privadas para la consecución de los retos ambientales y sociales.

3. Objetivos desarrollo sostenible (ODS)

3.1 Identificación de los ODS más relevantes en cada sector productivo.

3.2 Principales riesgos y oportunidades asociados a los ODS.

3.3 Medidas orientadas a fortalecer los aspectos de sostenibilidad y la contribución de las actitudes

personales en la consecución de los ODS.

4. Producción de bienes y servicios:

4.1 Plan de acción y modelos de negocio basados en la economía verde y circular por la producción de

bienes y/o servicios.

4.2 Principios del ecodiseño y la certificación ASG por la producción de bienes y/o servicios.

4.3 Integración de la sostenibilidad en la estrategia empresarial para la producción de bienes y servicios.

5. Actividades sostenibles:

5.1 Plan de acción y modelos de negocio basados en la economía verde y circular por la creación

actividades sostenibles.

5.2 Principios del ecodiseño y la certificación ASG por la creación de actividades sostenibles.

5.3 Integración de la sostenibilidad por la creación de actividades sostenibles en la estrategia

empresarial considerando normativa ambiental.

5.4 Comparativa de la economía verde y circular frente al modelo clásico en la creación de actividades

sostenibles.

6. Plan de sostenibilidad de la empresa:

6.1 Elaboración de un informe de sostenibilidad: grupos de interés, análisis de los aspectos materiales

ASG, acciones para minimizar impactos negativos y maximizar las oportunidades, indicadores y métricas de evaluación.

1709 Itinerario personal para la empleabilidad I.

Duración: 99 horas

Horas a realizar en el centro educativo: 99

Equivalencia en créditos ECTS: 5

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación

1. Distingue las características del sector productivo y define los puestos de trabajo, relacionándolos con las competencias profesionales expresadas en el título.

Criterios de evaluación

1.1 Analiza las principales oportunidades de empleo y de inserción laboral en el sector profesional, identificando las posibilidades de empleo y analizando los requerimientos actuales para el perfil profesional.

1.2 Compara los distintos requerimientos exigidos por el mercado laboral con las exigencias para el trabajo en la función pública y los relaciona con el sector privado.

1.3 Reflexiona sobre las actitudes y aptitudes requeridas actualmente para la actividad profesional relacionadas con el título, así como las competencias personales y sociales más relevantes para el sector, identificando su zona de desarrollo próximo.

2. Alcanza las competencias necesarias para la obtención del título de Técnico Básico en Prevención de Riesgos Laborales.

Criterios de evaluación

2.1 Valora la importancia de la cultura preventiva en todos los ámbitos y actividades de la empresa u organismo equiparado relacionando las condiciones laborales con la salud de la persona trabajadora, identificando y clasificando los factores de riesgo en la actividad y los daños derivados, especialmente las situaciones de riesgo más habituales en los entornos de trabajo del sector profesional relacionado con el título

2.2 Clasifica y describe los tipos de daños profesionales, con especial referencia a accidentes de trabajo y enfermedades profesionales relacionados con el perfil profesional del título.

2.3 Determina la evaluación de riesgos en la empresa u organismo equiparado y define las técnicas de prevención y de protección que deben aplicarse para evitar los daños en su origen y minimizar sus consecuencias.

2.4 Analiza los protocolos de actuación en caso de emergencia.

2.5 Determina los principales derechos y deberes en materia de prevención de riesgos laborales.

2.6 Clasifica las diferentes formas de gestión de la prevención en la empresa u organismo equiparado, en función de los distintos criterios establecidos en la normativa sobre

prevención de riesgos laborales y determina las formas de representación de las personas trabajadoras en la empresa u organismo equiparado en materia de prevención de riesgos.

2.7 Valora la importancia de la existencia de un plan preventivo en la empresa u organismo equiparado que incluya la secuenciación de actuaciones a realizar en caso de emergencia y reflexiona sobre su contenido.

2.8 Determina los requisitos y condiciones para la vigilancia de la salud de la persona trabajadora y su importancia como medida de prevención.

2.9 Identifica las técnicas básicas de primeros auxilios que deben aplicarse en el lugar del accidente ante diferentes tipos de daños y la composición y uso del botiquín.

3. Analiza sus condiciones laborales como persona trabajadora por cuenta ajena, identificándolas en los principales tipos de cambios y vicisitudes relevantes que pueden presentarse en la relación laboral, en la normativa laboral y, especialmente, en el convenio colectivo del sector.

Criterios evaluación

3.1 Analiza los derechos y obligaciones derivados de la relación laboral, así como las condiciones de trabajo pactadas en un convenio colectivo aplicable al sector profesional relacionado con el título.

3.2 Compara las principales modalidades de contratación, localizando los distintos modelos en las fuentes oficiales.

3.3 Identificando las características definitorias de los nuevos entornos de organización del trabajo y los derechos que comporta.

3.4 Identifica los distintos componentes del recibo de salario.

3.5 Identifica los recursos laborales existentes frente a las diferentes vicisitudes que se pueden dar en la relación laboral.

3.6 Valora el papel de la Seguridad Social como pilar esencial para la mejora de la calidad de vida de los ciudadanos.

3.7 Analiza las principales prestaciones derivadas de la suspensión y extinción de la relación laboral.

4. Analiza y evalúa su potencial profesional y sus intereses para guiarse en el proceso de autoorientación y elabora una hoja de ruta para la inserción profesional en base al análisis de las competencias, intereses y destrezas personales.

Criterios de evaluación

4.1 Evalúa los intereses propios, motivaciones, habilidades y destrezas en el marco de un proceso de autoconocimiento.

4.2 Analiza las cualidades y competencias personales afines a la actividad profesional relacionada con el perfil del título.

4.3 Determina las competencias personales y sociales con valor para el empleo.

4.4 Señala las preferencias profesionales, intereses y metas en el marco de un proyecto profesional.

4.5 Valora el concepto de autoestima en el proceso de búsqueda de empleo.

4.6 Identifica las fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades propias para su inserción profesional.

4.7 Identifica expectativas de futuro para la inserción profesional analizando competencias, intereses y destrezas personales.

4.8 Valora metas importantes en la trayectoria vital con valor profesionalizador.

- 4.9 Identifica los itinerarios formativos profesionales relacionados con el perfil profesional.
- 4.10 Formula objetivos profesionales y determina metas personales y profesionales para la mejora de la empleabilidad y las condiciones de inserción laboral.
- 4.11 Traza un plan de acción para desarrollar las áreas de mejora y potenciar las fortalezas personales con valor para el empleo.

5. Aplica las estrategias para el aprendizaje autónomo reconociendo su valor profesionalizador, diseñando y optimizando su propio entorno de aprendizaje haciendo uso de las tecnologías digitales como herramientas de aprendizaje autónomo, siendo coherente con su identidad digital y sus objetivos profesionales planteados en su plan de desarrollo individual.

Criterios de evaluación

- 5.1 Toma conciencia de la responsabilidad individual en el desarrollo profesional valorando la actitud de aprendizaje permanente para el desarrollo de competencias propias y nuevas.
- 5.2 Identifica la empleabilidad como capacidad de adaptación al entorno laboral.
- 5.3 Conoce y utiliza herramientas, fuentes de información, conexiones y actividades para la configuración de un entorno personal de aprendizaje para la empleabilidad.
- 5.3 Pone en práctica la competencia digital para configurar un entorno personal de aprendizaje para la empleabilidad.
- 5.4 Analiza el concepto de identidad digital y su impacto en la empleabilidad.
- 5.5 Justifica el diseño de su entorno de aprendizaje basado en cómo éste mejora la empleabilidad.
- 5.6 Elabora su plan de desarrollo individual como herramienta para la mejora de la empleabilidad.
- 5.7 Aplica las herramientas de aprendizaje autónomo para su desarrollo personal y profesional.
- 5.8 Diseña el entorno de aprendizaje que permite conseguir el plan de desarrollo individual.

Contenidos (orientativos)

- 1. Características del sector productivo:
 - 1.1 Definición y análisis del sector productivo y del perfil profesional.
 - 1.2 Identificación de las oportunidades de empleo, áreas de crecimiento y tendencias emergentes del perfil profesional.
 - 1.3 Requerimientos del mercado de trabajo.
 - 1.4 Características de la oferta pública y de la oferta privada.
 - 1.5 Perfil profesional exigible del sector público y del sector privado.
 - 1.6 Actitudes y aptitudes requeridas en las principales ocupaciones del perfil profesional y del sector.
 - 1.7 Análisis de las competencias personales y sociales más relevantes por el sector para identificar la zona de desarrollo próximo.
- 2. Competencias necesarias por el título de Técnico Básico en Prevención de Riesgos Laborales:
 - 2.1 El trabajo y la salud: los riesgos profesionales. Factores de riesgo.
 - 2.2 Daños derivados del trabajo. Los accidentes de trabajo y enfermedades profesionales. Otras patologías derivadas del trabajo.
 - 2.3 Marco normativo básico en materia de prevención de riesgos laborales. Derechos y deberes básicos en esta materia.

- 2.4 Riesgos ligados a las condiciones de seguridad.
- 2.5 Riesgos ligados al medio ambiente de trabajo.
- 2.6 La carga de trabajo, la fatiga y la insatisfacción laboral.
- 2.7 Sistemas elementales de control de riesgos. Protección colectiva e individual.
- 2.8 Planes de emergencia y evacuación.
- 2.9 El control de la salud de los trabajadores.
- 2.10 Riesgos específicos y su prevención en el sector correspondiente a la actividad de la empresa.
- 2.11 Organismos públicos relacionados con la seguridad y salud en el trabajo.
- 2.12 Organización del trabajo preventivo: rutinas básicas.
- 2.13 Documentación: recogida, elaboración y archivo.
- 2.14 Primeros auxilios.
- 3. Condiciones laborales de la persona trabajadora por cuenta ajena:
 - 3.1 El derecho laboral: concepto, fuentes y principios.
 - 3.2 Análisis de la relación laboral individual.
 - 3.3 Derechos y deberes que se derivan de la relación laboral y su aplicación.
 - 3.4 Los sindicatos y la representación de las personas trabajadoras.
 - 3.5 El convenio colectivo del sector y las condiciones de trabajo pactadas.
 - 3.6 El servicio público de empleo.
 - 3.7 El contrato de trabajo. Modalidades contractuales y sus características.
 - 3.8 Interpretación del recibo de salario.
 - 3.9 Modificación suspensión y extinción del contrato de trabajo.
 - 3.10 Los conflictos laborales.
 - 3.11 Estructura y financiación del Sistema de la Seguridad Social.
 - 3.12 Principales obligaciones de las personas empresarias y trabajadoras en materia de Seguridad Social: afiliación, altas, bajas y cotización.
 - 3.13 Identificación de la información y servicios del portal electrónico de la Seguridad Social.
 - 3.14 Las prestaciones sociales: situaciones protegidas, requisitos de acceso, duración y prestación económica.
- 4. Autoorientación y hoja de ruta por la inserción profesional:
 - 4.1 Instrumentos de autoconocimiento por la identificación del perfil personal y profesional disponible.
 - 4.2 Comparativa del perfil disponible en relación con el perfil exigible del título.
 - 4.3 Análisis de las competencias personales y sociales con valor por el empleo.
 - 4.4 Construcción del proyecto profesional.
 - 4.5 La autoestima como factor clave en la búsqueda de empleo.
 - 4.6 El balance profesional para la inserción laboral.
 - 4.7 Concreción de las expectativas de inserción laboral según el perfil disponible en relación con el entorno.
 - 4.8 Reconocimiento y puesta en valor de los logros personales para el empleo.
 - 4.9 Los itinerarios formativos del perfil profesional.
 - 4.10 Planteamiento de objetivos profesionales y metas personales y profesionales.
 - 4.11 Elaboración de un plan de acción para trabajar las áreas de mejora y fomentar las fortalezas personales con valor por el empleo.
- 5. Estrategias de aprendizaje autónomo:
 - 5.1 Relación entre el aprendizaje autónomo y el desarrollo de las competencias.
 - 5.2 El concepto de empleabilidad y sus características.
 - 5.3 La importancia de la capacidad de adaptación por la empleabilidad.
 - 5.4 El entorno personal de aprendizaje (PLE). Recursos para la creación de un PLE.

- 5.5 Diseño de la estructura del PLE propio en un entorno digital.
- 5.6 Concepto de identidad digital. El impacto de la identidad digital en el empleo.
- 5.7 Complimentación del PLE con el objetivo de mejorar la empleabilidad.
- 5.8 Elaboración del Plan de desarrollo individual para mejorar la empleabilidad.
- 5.9 Herramientas de aprendizaje autónomo para el desarrollo personal y profesional y su aplicación.

1710 Itinerario personal para la empleabilidad II.

Duración: 66 horas

Horas a realizar en el centro educativo: 66

Equivalencia en créditos ECTS: 5

1. Planifica y pone en marcha estrategias en los distintos procesos selectivos de empleo que le permiten mejorar sus posibilidades de inserción laboral.

Criterios de evaluación

- 1.1 Simula las técnicas utilizadas actualmente en el sector para el proceso de selección de personal.
- 1.2 Desarrolla estrategias para la búsqueda de empleo relacionadas con las técnicas actuales más utilizadas contextualizadas en el sector.
- 1.3 Valora las actitudes y aptitudes que permiten superar procesos selectivos en el sector privado y el sector público.
- 1.4 Construye una marca personal identificando las necesidades del mercado actual, sus habilidades, destrezas y su aportación de valor.

2. Aplica estrategias relacionadas con las competencias personales, sociales y emocionales para el empleo en busca de la mejora de su empleabilidad.

Criterios de evaluación

- 2.1 Valora la importancia de las competencias personales y sociales en la empleabilidad en el sector de referencia y en el desarrollo de un proyecto emprendedor.
- 2.2 Participa activamente en el establecimiento de los objetivos del equipo y en la toma de decisiones del mismo y asumido la responsabilidad de las acciones y decisiones del grupo, participando activamente en la consecución de unos objetivos compartidos cooperando con otras personas y compartiendo el liderazgo.
- 2.3 Incorpora al propio proceso de aprendizaje las técnicas y recursos de presentación y comunicación, tanto orales como escritos adecuados para una comunicación efectiva y afectiva siendo capaz de adaptarlos a cada situación y circunstancias, valorando las oportunidades y dificultades que ofrece cada una de ellas.
- 2.4 Aplica técnicas y estrategias para la gestión del tiempo disponible para conseguir los objetivos tanto individuales como del equipo y programado las actividades necesarias.
- 2.5 Aplica estrategias para encauzar las emociones mostrando una actitud flexible en las relaciones con otras personas.

2.6 Desarrolla estrategias para la programación de actividades atendiendo a criterios de organización eficiente y previendo las posibles dificultades.

2.7 Reacciona de forma flexible y positiva ante conflictos y situaciones nuevas, aprovechando las oportunidades y gestionando las dificultades haciendo uso de estrategias relacionadas con la inteligencia emocional.

3. Pone en práctica las habilidades emprendedoras necesarias para el desarrollo de procesos de innovación e investigación aplicadas que promuevan la modernización del sector productivo hacia un modelo sostenible.

Criterios de evaluación

3.1 Identifica el concepto de innovación y su relación con la construcción de una sociedad más sostenible que mejore en el bienestar de los individuos.

3.2 Analizado las distintas metodologías para emprender y su importancia para favorecer la innovación y como fuente de creación de empleo y bienestar social.

3.3 Aplica las habilidades emprendedoras necesarias para promover el emprendimiento.

3.4 Pone en práctica el trabajo colaborativo como requisito para el desarrollo de procesos de innovación.

3.5 Desarrolla la competencia digital necesaria para la mejora de los procesos de innovación e investigación aplicadas que promuevan la modernización del sector productivo.

3.6 Incorpora los objetivos de las políticas e iniciativas relacionadas con la sostenibilidad y el medio ambiente en la estrategia empresarial enfocada al desarrollo de un modelo económico y social sostenible.

4. Identifica, define y valida ideas de emprendeduría generadoras de nuevas oportunidades a partir de estrategias de análisis del entorno socio productivo utilizando metodologías ágiles para el emprendimiento.

4.1 Identifica los problemas de las personas destinatarias potenciales del proyecto emprendedor como paso previo a la propuesta de soluciones que se conviertan en oportunidades.

4.2 Pone en práctica el proceso creativo con el fin de conseguir una idea emprendedora que aporte valor económico, social y/o cultural.

4.3 Diseña un modelo de negocio y/o gestión derivado de la idea emprendedora.

4.4 Incorpora valores éticos y sociales en la idea emprendedora analizando modelos de balance social.

4.5 Analiza la contribución de la Economía Circular y la Economía del Bien Común en el desarrollo de un modelo económico y social basado en la equidad, la justicia social y la sostenibilidad.

4.6 Analiza los principales componentes del entorno general y específico, y su impacto en la idea emprendedora.

4.7 Realiza entrevistas de problema para validar el perfil y el problema de las personas destinatarias de la idea emprendedora

4.8 Valida la solución mediante la creación de prototipos buscando el encaje problema-solución.

4.9 Pone en práctica técnicas de validación de ideas y generación de prototipos.

4.10 Experimenta con la puesta en práctica de estrategias de marketing para desarrollar destrezas en técnicas de comunicación y venta.

5. Desarrolla un proyecto emprendedor de innovación social y/o tecnológica aplicada en colaboración con el entorno.

Criterios de evaluación

5.1 Analiza los conceptos básicos de la emprendeduría y la innovación social.

5.2 Reflexiona sobre la necesidad del liderazgo ético y sostenible en las organizaciones.

5.3 Reflexiona sobre la tecnología como base para el cambio del modelo productivo.

5.4 Pone en marcha las estrategias propias del pensamiento de diseño para detectar necesidades sociales y medioambientales. Diseño para detectar necesidades sociales y medioambientales

5.5 Analiza los elementos del diseño de modelos de negocio eco sociales y/o de base tecnológica.

5.6 Alinea metas de desarrollo sostenible con el diseño de modelos de negocio eco sociales y/o de base tecnológica.

5.7 Aplica las estrategias necesarias para analizar la viabilidad del proyecto emprendedor.

5.8 Investiga las opciones financieras socialmente responsables.

5.9 Define a los agentes implicados en el proyecto, así como su participación.

Contenidos

1. Estrategias para la búsqueda de empleo:

1.1 Simulación de técnicas actuales por la selección de personal en el sector de actividad.

1.2 Estrategias para la búsqueda de empleo en función de las técnicas más utilizadas en el sector.

1.3 Los procesos de selección del sector público y privado: actitudes y aptitudes para la superación.

1.4 Creación de la marca personal.

2. Competencias personales, sociales y emocionales:

2.1 Competencias personales y social por la empleabilidad y por el desarrollo de un proyecto emprendedor.

2.2 Puesta en práctica del trabajo en equipo y la toma de decisiones.

2.3 Aplicación de las distintas técnicas de comunicación en diversas situaciones y circunstancias.

2.4 Gestión del tiempo para la consecución de objetivos.

2.5 Aplicación de estrategias de regulación emocional.

2.6 Estrategias de organización eficiente para la programación de actividades.

2.7 Los conflictos y su gestión a través de la inteligencia emocional.

3. Habilidades emprendedoras en los procesos de innovación e investigación sostenible:

3.1 Concepto de innovación y su relación con la sostenibilidad y bienestar.

3.2 Análisis de metodologías por el emprendimiento y la importancia de la innovación como fuente de creación de empleo y bienestar social.

3.3 Desarrollo de habilidades emprendedoras en todas dimensiones.

3.4 Aplicación del trabajo colaborativo por el desarrollo del proceso de innovación.

3.5 Desarrollo de la competencia digital por la mejora de los procesos de innovación e investigación para la modernización del sector productivo.

3.6 Incorporación de los objetivos de las políticas e iniciativas relacionadas con la sostenibilidad y el medio ambiente en la estrategia empresarial.

4. Ideas emprendedoras y nuevas oportunidades:

4.1 Detección de necesidades de las personas destinatarias del proyecto emprendedor y propuesta de soluciones.

4.2 Generación de ideas emprendedoras por la consecución de una idea con valor económico, social y/o cultural.

4.3 Diseño de un modelo de negocio y/o gestión de la idea emprendedora.

4.4 Análisis de modelos de balance social, incorporando los valores éticos y sociales a la idea emprendedora.

4.5 Desarrollo de un modelo económico y social basado en la equidad, justicia social y sostenibilidad analizando la contribución de la Economía Circular y la Economía del Bien Común.

4.6 Análisis del macroentorno y microentorno.

4.7 Las entrevistas de problema.

4.8 Puesta en práctica de técnicas de validación de ideas y generación de prototipos.

4.9 El marketing por el desarrollo de técnicas de comunicación y venta.

5. El proyecto emprendedor:

5.1 Análisis de los conceptos básicos de emprendimiento e innovación social.

5.2 El liderazgo ético y sostenible en las organizaciones.

5.3 La importancia de la tecnología como base del cambio del modelo productivo.

5.4 Desarrollo del *pensamiento de diseño* (*Design thinking*) para la detección de necesidades sociales y medioambientales

5.5 Análisis de los elementos del diseño de modelos de negocio ecosociales y/o de base tecnológica.

5.6 Alineación de las metas de desarrollo sostenible con los modelos de negocio.

5.7 Formas jurídicas y asociativas que pueden aplicarse al proyecto emprendedor.

5.8 Viabilidad de los proyectos emprendedor: análisis de la inversión, costes y beneficios.

5.9 Opciones financieras socialmente responsables.

5.10 Definición y participación de los agentes implicados en el proyecto.

0388 Proyecto intermodular de guía, información y asistencias turísticas

Duración: 198 horas

Horas a realizar en el centro educativo: 198

Equivalencia en créditos ECTS:

1. Identifica necesidades del sector productivo relacionándolas con proyectos tipo que puedan satisfacerlas.

Criterios de evaluación

1.1 Clasifica a las empresas del sector por sus características organizativas y el tipo de proyecto o servicio que ofrecen.

1.2 Caracteriza a las empresas tipo indicando su estructura organizativa y las funciones de cada departamento.

1.3 Identifica las necesidades más demandadas en las empresas

1.4 Valora las oportunidades de negocio previsibles en el sector.

- 1.5 Identifica el tipo de proyecto necesario para dar respuesta a las demandas previstas.
- 1.6 Determina las características específicas que debe tener el proyecto.
- 1.7 Determina las obligaciones fiscales, laborales y de prevención de riesgos, y sus condiciones de aplicación.
- 1.8 Identifica posibles ayudas o subvenciones para la incorporación de nuevas tecnologías de producción o servicio que se propongan.
- 1.9 Elabora el guión de trabajo a seguir para la elaboración del proyecto.

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

Criterios de evaluación

- 2.1 Recopila información relativa a los aspectos tratados en el proyecto.
- 2.2 Realiza el estudio de su viabilidad técnica
- 2.3 Identifica las fases o partes que componen el proyecto y su contenido.
- 2.4 Establece los objetivos a alcanzar, e identifica su alcance.
- 2.5 Prevé los recursos materiales y personales necesarios para realizarlo.
- 2.6 Realiza el presupuesto económico correspondiente.
- 2.7 Identifica las necesidades de financiación para su puesta en marcha.
- 2.8 Define y elabora la documentación necesaria para diseñarlo.
- 2.9 Identifica los aspectos que deben controlarse para garantizar la calidad del proyecto.

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

- 3.1 Secuencia las actividades, ordenándolas en función de las necesidades de implementación.
- 3.2 Determina los recursos y la logística necesaria para cada actividad.
- 3.3 Identifica las necesidades de permisos y autorizaciones para realizar las actividades.
- 3.4 Determina los procesos de actuación o ejecución de las actividades.
- 3.5 Identifica los riesgos inherentes a la implementación, definiendo el plan de prevención de riesgos y los medios y equipos necesarios.
- 3.6 Planifica la asignación de recursos materiales y humanos y los tiempos de ejecución.
- 3.7 Realiza la valoración económica para responder a las condiciones de la implementación.
- 3.8 Define y elabora la documentación necesaria para su implementación o ejecución.

4. Define los procedimientos para el seguimiento y control en la ejecución del proyecto, justificando la selección de variables y los instrumentos empleados.

Criterios de evaluación

- 4.1 Caracteriza el procedimiento de evaluación de las actividades o intervenciones.
- 4.2 Establece los indicadores de calidad para realizar la evaluación.
- 4.3 Caracteriza el procedimiento para evaluar las incidencias que pueden presentarse durante la realización de las actividades, la posible solución y el registro de éstas.

- 4.4 Caracteriza el procedimiento para gestionar los posibles cambios en los recursos y actividades, incluyendo el sistema de registro de los mismos.
- 4.5 Determina y elabora la documentación necesaria para evaluar las actividades y el proyecto
- 4.6 Establece el procedimiento para participar en la evaluación de los usuarios o clientes y elabora los documentos específicos.
- 4.7 Establece un sistema para garantizar el cumplimiento del pliego de condiciones del proyecto.

Contenidos

Los determina el centro educativo

0511. Sommelieria .

Duración: 66

Horas a realizar en el centro educativo: 66

Horas de estancia en la empresa:

Equivalencia en créditos ECTS: 12

RA1. Selecciona vinos identificando sus características y componentes.

Criterios de evaluación

- 1.1 Determina los factores culturales y sociales relacionados con el mundo del vino.
- 1.2 Describe los conceptos de los vinos, sus tipos y características identificando los factores que influyen en la calidad.
- 1.3 Identifica los componentes que caracterizan a los diferentes tipos de vino, ya sean vinos tranquilos, vinos espumosos o vinos especiales.
- 1.4 Caracteriza los factores que intervienen en los procesos de viticultura.
- 1.5 Identifica las variedades de uvas destinadas a la vinificación, de acuerdo con el origen geográfico y la localización, exponiendo las características más relevantes de sus vinos.
- 1.6 Caracteriza los distintos procesos de vinificación, crianza y clarificación de vinos tranquilos, espumosos y especiales.
- 1.7 Relaciona las denominaciones de origen, las variedades de uva y vino que son más representativas, así como sus características.
- 1.8 Caracteriza y valora la importancia de la geografía vinícola de Cataluña, de España y de todos los países productores.
- 1.9 Determina los vinos que deben ser incluidos en la oferta comercial del establecimiento atendiendo a sus características.

RA2. Gestiona el control de la bodega, identificando sus condiciones y atendiendo a la

oferta.

Criterios de evaluación

- 2.1 Caracteriza los distintos espacios físicos de conservación del vino y otras bebidas así como sus condiciones ambientales.
- 2.2 Identifica los equipos y maquinarias para la conservación de vinos y otras bebidas.
- 2.3 Calcula las necesidades de aprovisionamiento y almacenamiento en función del stock y de las previsiones de servicio.
- 2.4 Rellena los documentos de aprovisionamiento, identificando las fuentes de suministro.
- 2.5 Selecciona proveedores teniendo en cuenta la oferta y los intereses de la empresa.
- 2.6 Revisa y contrasta la entrada de mercancía antes del almacenamiento con sus soportes documentales.
- 2.7 Establece los procesos de rotación de stocks y formalización y control de inventarios.
- 2.8 Identifica correctamente los vinos reservados por los clientes, describiendo su proceso de evolución y maduración.
- 2.9 Evita el consumo innecesario de recursos, aplicando prácticas ambientales en la gestión de la bodega.
- 2.10 Realiza las operaciones, teniendo en cuenta la normativa higiénico-sanitaria , de seguridad laboral y de protección ambiental.

RA3. Diseña la oferta de vinos y bebidas de aperitivos y sobremesa justificando los elementos que la componen.

Criterios de evaluación

- 3.1 Reconoce los factores que determinan la oferta de vinos, aguas, cafés, bebidas de aperitivo y sobremesa.
- 3.2 Analiza los diferentes tipos de cartas de vinos, aguas, cafés, bebidas de aperitivo y sobremesa describiendo sus principales características.
- 3.3 Elabora cartas de vinos, aguas, cafés, bebidas de aperitivo y sobremesa, atendiendo a los factores que condicionan la oferta.
- 3.4 Identifica las nuevas tendencias en la oferta de vinos, aguas, cafés, bebidas de aperitivo y sobremesa.
- 3.5 Diseña y confecciona cartas de vinos y otras bebidas, de forma que resulten funcionales, cómodas, atractivas y flexibles.
- 3.6 Reconoce los factores y criterios a tener en cuenta para la fijación de precios.
- 3.7 Propone la fijación de precios de los vinos de forma que se alcancen los objetivos económicos y comerciales del establecimiento.

RA4. Dirige la puesta a punto de útiles y equipos para el servicio de vinos y bebidas aplicando las técnicas en función del tipo de servicio, documentación asociada y protocolo establecido.

Criterios de evaluación

- 4.1 Caracteriza equipos, útiles y materiales, de servicio de vinos y bebidas relacionándolos con sus aplicaciones posteriores.
- 4.2 Ejecuta y controla las operaciones de transporte, uso, mantenimiento y conservación de equipos, útiles y materiales de servicio de vinos y bebidas.
- 4.3 Prepara equipos, útiles y materiales verificando su adecuación para su uso.
- 4.4 Realiza el aprovisionamiento interno atendiendo a las necesidades del servicio.
- 4.5 Analiza la información sobre los servicios.
- 4.6 Recibe y distribuye vinos y bebidas aplicando su tratamiento para el servicio.
- 4.7 Comprueba el estado de presentación, limpieza y conservación de cartas y otros instrumentos de ventas.
- 4.8 Controla las operaciones de recogida y limpieza después de los servicios.
- 4.9 Evita el consumo innecesario de recursos.
- 4.10 Realiza las operaciones, teniendo en cuenta la normativa higiénico-sanitaria , de seguridad laboral y de protección ambiental.

RA5. Realiza catas de vinos reconociendo y analizando sus características organolépticas.

Criterios de evaluación

- 5.1 Define el concepto de cata, tipos y finalidad.
 - 5.2 Identifica los condicionantes externos que afectan a la cata.
 - 5.3 Utiliza los equipos de cata relacionándolos con su funcionalidad.
 - 5.4 Describe los sentidos utilizados en la cata y su funcionamiento.
 - 5.5 Identifica y caracteriza las diferentes fases de la cata de vinos y otras bebidas.
 - 5.6 Identifica y describe las características organolépticas del vino y otras bebidas, utilizando el vocabulario correcto.
 - 5.7 Selecciona, por medio del análisis sensorial, vinos y otras bebidas a incluir en la oferta comercial del establecimiento.
 - 5.8 Identifica y rellena las fichas de cata aplicando correctamente la metodología de la cata.
 - 5.9 Describe, clasifica y evalúa vinos, valorando su adecuación a posibles objetivos comerciales y gastronómicos.
 - 5.10 Valora la adecuación de los vinos catados a los fines y objetivos para los que se realiza la cata: armonía con platos, conservación, adecuación al público objetivo, relación calidad precio u otros.
 - 5.11 Realiza las operaciones, teniendo en cuenta la normativa higiénico-sanitaria , de seguridad laboral y de protección ambiental.
6. Controla el servicio de vinos y otras bebidas en el restaurante, identificando las técnicas de servicio y atención a los clientes.

Criterios de evaluación

- 6.1 Caracteriza los aspectos deontológicos relacionados con los sumilleres.
- 6.2 Informa y asesora sobre la oferta de vinos y bebidas del establecimiento teniendo en cuenta las expectativas de los clientes.
- 6.3 Atiende a las demandas de los clientes, de forma que queden cubiertas sus expectativas.
- 6.4 Controla las temperaturas de servicio en función del tipo de vino o bebida.
- 6.5 Comprueba la utilización de las herramientas y útiles de servicio adecuados en relación con las características del vino o bebida.
- 6.6 Aplica las normas de protocolo al servicio de vinos y bebidas.
- 6.7 Valora la aprobación o desaprobación del vino o bebida por parte de los clientes para actuar según la política del establecimiento.
- 6.8 Atiende posibles quejas, reclamaciones o sugerencias de la clientela, de acuerdo con su tipología y técnicas de venta.
- 6.9 Asesora sobre la armonía de vinos y platos, relacionando ingredientes y técnicas de cocina con los distintos tipos de vinos.
- 6.10 Realiza procesos de servicio especializado de vinos, utilizando las técnicas más apropiadas para cada tipo y normas de servicio.
- 6.11 Evita el consumo innecesario de recursos.
- 6.12 Realiza las operaciones, teniendo en cuenta la normativa higiénico-sanitaria , de seguridad laboral y de protección ambiental.

Contenidos

- 1. Selección de vinos:
 - 1.1 Introducción a la cultura del vino.
 - 1.2 Viticultura. Definición y conceptos.
 - 1.3 Factores que influyen en viticultura. La cepa y la uva. El ciclo vegetativo y la maduración.
 - 1.4 Principales variedades viníferas para vinificación.
 - 1.5 Enología. Definición y conceptos.
 - 1.6 La vendimia.
 - 1.7 La fermentación. Conceptos. Características y tipos.
 - 1.8 Sistemas de vinificación de vinos tranquilos, espumosos y especiales.
 - 1.9 La crianza de los vinos. Definición, características y tipos.
 - 1.10 Clarificación, estabilización y embotellamiento de los vinos.
 - 1.11 Geografía vitivinícola de Cataluña, de España e internacional.
- 2. Gestión de la bodega:
 - 2.1 Condiciones físicas, ambientales y de equipamiento de la bodega.
 - 2.2 Conservación de los vinos. Seguimiento de la evolución de los vinos. Puntos críticos.
 - 2.3 Aprovisionamiento de la bodega. Identificación de necesidades. Selección de proveedores.
 - 2.4 Recepción y almacenamiento.

- 2.5 Distribución interna de productos.
- 2.6 Rotación de stocks. Control de existencias y consumos.
- 2.7 Aplicaciones informáticas relacionadas con la gestión y control de la bodega.

- 3. Diseño de la oferta de vinos y bebidas de aperitivos y sobremesa:
 - 3.1 Concepto, características y tipos.
 - 3.2 Factores que influyen en la determinación de la oferta.
 - 3.3 Tendencias actuales.
 - 3.4 Las cartas de vinos y otras bebidas. Definición y tipos.
 - 3.5 Presentación y diseño de la carta. Rotación de la carta.
 - 3.6 Características de formatos, estructuras, información, redacción, etc.
 - 3.7 Fijación de precios.
 - 3.8 Factores determinantes de los precios.

- 4. Útiles y equipos de servicio de vinos y bebidas:
 - 4.1 Distribución interna de vinos y bebidas.
 - 4.2 Documentación asociada.
 - 4.3 Distribución y tratamiento de géneros.
 - 4.4 Puesta a punto y control de uso, limpieza y conservación de maquinaria y equipos de frío. Definición, características y tipos.
 - 4.5 Puesta a punto y control de cartas e instrumentos de venta.

- 5. Cata de vinos y otras bebidas:
 - 5.1 Definición. Tipo.
 - 5.2 Composición del vino desde la perspectiva de la cata.
 - 5.3 Factores que determinan la respuesta de la persona catadora.
 - 5.4 Sala y equipos de cata. Definición, característica y tipos. Puesta a punto y control.
 - 5.5 Fases de la cata. Secuenciación .
 - 5.6 Terminología específica para la cata de vinos y otras bebidas.
 - 5.7 Fichas de cata.
 - 5.8 Cata de vinos tranquilos, espumosos y especiales de Cataluña, de España y del resto del mundo.

- 6. Control del servicio del vino:
 - 6.1 Deontología profesional del personal de servicio de vinos y bebidas en el restaurante.
 - 6.2 Asesoramiento a los clientes sobre armonía de vinos y platos.
 - 6.3 Presentación de oferta.
 - 6.4 Selección de cristalería y otros útiles para el servicio de vinos.
 - 6.5 Servicio del vino y de otras bebidas. Fases y procedimientos habituales.
 - 6.6 Técnicas de servicios especiales.
 - 6.7 Operaciones de control durante el servicio.
 - 6.8 Atención de sugerencias, quejas y reclamaciones.

Conocedor del vino y el cava de las DO en Cataluña

Duración: 99 horas

Horas a realizar en el centro educativo: 99

Horas de estancia en la empresa:

Equivalencia en créditos ECTS:

Resultados de aprendizaje

1.Relaciona la historia de la viticultura con el devenir de las DO catalanas, identificando los hechos históricos y económicos más relevantes.

Criterios de evaluación

1.1 Identifica las primeras vinificaciones conocidas.

1.2 Describe la evolución de la viticultura en nuestro país.

1.3 Relaciona la historia de la viticultura en nuestro país, desde los romanos hasta la actualidad, con hechos económicos, culturales y sociales.

1.4 Valora el efecto de la filoxera en Cataluña.

1.5 Reconoce los terruños donde se ubican las DO en Cataluña y su influencia en el territorio.

2. Reconoce las variedades de uva presentes en las DO de Cataluña, relacionándolas con las características del terreno y su calidad organoléptica.

Criterios de evaluación

2.1 Clasifica las variedades presentes en las DO en Cataluña.

2.2 Identifica el territorio y las variedades de cada DO en Cataluña.

2.3 Relaciona las características del territorio en el que se cultiva cada variedad con sus características organolépticas.

2.4 Describe las diferencias que se producen en las variedades presentes en las DO catalanas, según cambios de relieve, climatología, etc.

2.5 Conoce la actualidad vinícola catalana, tanto en I+D como en nuevas propuestas.

2.6 Compara las variedades presentes en las DO en Cataluña con su producción en otras zonas del mundo.

3. Reconoce las características de los vinos y cavas catalanes a partir de su cata.

Criterios de evaluación

3.1 Categoriza las fases de la cata y sus descriptores: aspecto, color, aromas y sabores de los vinos en función de su situación y finalidad.

3.2 Identifica las variedades presentes en las DO a catalanas en la cata.

4. Identifica las partes de la cata y las incorpora en las propuestas enoturísticas

Criterios de evaluación

4.1 Aplica los conocimientos de la cata en las presentaciones y visitas enoturísticas

4.2 Incorpora los elementos de la cata en los maridajes y realiza ambos

4.3 Promueve la incorporación de los productos locales en los maridajes para fomentar el desarrollo local del territorio.

5. Aplica las principales técnicas de comunicación y de gestión de calidad en la comercialización de vinos y cavas catalanes, valorando su importancia en el prestigio de las DO catalanas.

Criterios de evaluación

- 5.1 Relaciona las empresas vinícolas catalanas con el servicio de calidad.
- 5.2 Aplica las diferentes técnicas de comunicación existentes en el sector vinícola.
- 5.3 Categoriza y utiliza los diferentes aplicativos y soportes que pueden ayudar a comunicar mejor el producto.
- 5.4 Examina los estándares en Cataluña de los procesos de gestión de quejas, reclamaciones y sugerencias relacionadas con el mundo del vino
- 5.5 Reconoce la importancia del seguimiento y mejora de los procesos de gestión de quejas, reclamaciones y sugerencias.

6. Evalúa las principales técnicas de marketing y de comercialización aplicables al mundo del vino y el cava en Cataluña utilizando sus instrumentos específicos.

Criterios de evaluación

- 6.1 Clasifica las diferentes herramientas del marketing y las aplica en el sector.
- 6.2 Evalúa las propuestas de oferta en función de los clientes.
- 6.3 Valora las diferentes estrategias y políticas de los productos en Cataluña para concretar mejor su oferta.
- 6.4 Tipifica las principales técnicas de compra aplicables en el sector.
- 6.5 Analiza las políticas de fijación de precios y sus repercusiones en el sector.
- 6.6 Aplica los conocimientos del sector por el enfoque de producto.

Contenidos

- 1. Historia de la viticultura en Cataluña:
 - 1.1 Las vinificaciones en Cataluña.
 - 1.2 Las Denominaciones de Origen en Cataluña.
- 2. Geografía vinícola nacional e internacional:
 - 2.1 Las variedades de uva presentes en los vinos y cavas de las DO catalanas.
 - 2.2 Características del territorio de cada DO catalana. Variedades cultivadas. Características organolépticas y su relación con los factores orográficos y climáticos.
 - 2.3 Actualidad vinícola en Cataluña.
 - 2.4 Las variedades de uva de las DO catalanas en el resto del mundo.
- 3. Cata de vinos catalanes:
 - 3.1 Las fases de cata de los distintos vinos catalanes.
 - 3.2 Identificación de las variedades con cata.
 - 3.2 Cata diferenciada en función del cliente: consumidor, tienda, distribuidor...
- 4. La cata en la visita enoturística .
 - 4.1. Propone maridajes. Tipologías y requerimientos
 - 4.2. Incorporación de los productos locales en la visita enoturística

- 5. Técnicas de comunicación aplicadas al sector vitivinícola.
 - 5.1 Empresa, calidad de servicio y certificaciones existentes.
 - 5.2 Aplicación de las diferentes técnicas de comunicación.
 - 5.3 Aplicativos , soportes y adecuación de espacios.
 - 5.4 Gestión de quejas y reclamaciones.
- 6. Marketing y comercialización del vino.
 - 6.1 Herramientas de marketing vinícola en Cataluña y el mundo.
 - 6.2 La oferta y la tipificación en función del cliente.
 - 6.3 Estrategias y políticas de producto.
 - 6.4 Compras.
 - 6.5 Políticas de precios.
 - 3.6 Orientación en el mercado.

Módulo /s profesional /s optativo /s.

Duración: 66 horas

Horas a realizar en el centro educativo : 66 horas

Horas de estancia en la empresa : 0

Equivalencia en créditos ECTS: 5

3. Actividades formativas para la estancia en la empresa

- 1. Actividades formativas de referencia relacionadas con procesos de guía y asistencia turística.
 - 1.1. Participación en el diseño de itinerarios, visitas y otros servicios.
 - 1.2. Previsión de las distintas necesidades de los viajeros en los desplazamientos y visitas.
 - 1.3. Colaboración en la gestión de la documentación correspondiente.
 - 1.4.. Acompañamiento y dinamización en itinerarios, visitas y otros servicios.
- 2. Actividades formativas de referencia relacionadas con el Enoturismo .
 - 2.1. Aplicación de programas informáticos de gestión de las solicitudes y/o consultas, quejas y reclamaciones por parte de usuarios.
 - 2.2. Colaboración en las técnicas de motivación del personal y promoción de la participación y el respeto, las actitudes de tolerancia y los principios de igualdad de oportunidades en las entidades o instituciones.
 - 2.3. Recogida y análisis de la demanda actual y potencial del sector ecoturístico.
 - 2.4. Colaboración en el seguimiento de un sistema de control de calidad de los procesos y procedimientos empleados, del grado de satisfacción de las expectativas

de los clientes y la calidad de los servicios prestados por los colaboradores o proveedores.

2.5. Elaboración de un presupuesto de operaciones, ajustándose a los recursos disponibles.

2.6. Participación en el diseño y rectificación del programa de actividades ecoturísticas de la empresa.

3. Actividades formativas de referencia relacionadas con la planificación, organización, gestión y control de actividades ecoturísticas.

3.1. Colaboración en la programación de servicios para actividades ecoturísticas que se adecuen a las expectativas y necesidades de los clientes.

3.2. Participación en actos y programas de promoción de actividades ecoturísticas de la empresa.

3.3. Participación en la elaboración del presupuesto del área.

3.4. Colaboración en el diseño y producción del material gráfico necesario

3.5. Colaboración en la supervisión de todo tipo de actividades relacionadas con la actividad ecoturística.

4. Actividades formativas de referencia relacionadas con la planificación y diseño de productos turísticos.

4.1. Identificación de las fuentes de recogida de información para el estudio del mercado turístico del entorno.

4.2. Realización de propuestas de diseño de productos turísticos concretos, satisfaciendo las expectativas de la demanda y rentabilizando los recursos y oferta de servicios.

4.3. Establecimiento y preparación de las acciones necesarias para el desarrollo de los productos turísticos definidos, siguiendo las instrucciones recibidas.

4.4. Coordinación con los departamentos, empresas, entidades y/u organismos relacionados con los productos/servicios turísticos definidos.

4.5. Control del desarrollo del producto turístico, de su realización en la forma y tiempo establecido y cumpliendo con las especificaciones definidas y con el estándar de calidad previsto.

5. Actividades formativas de referencia relacionadas con actividades de cata de vinos.

5.1. Realiza catas de vinos con clientes analizando sus características organolépticas.

5.2. Describe las principales características de los vinos teniendo en cuenta su procedencia y elaboración.

5.3. Analiza las expectativas de los clientes en cuanto a la diversidad, y objetivos de la cata.

5.4. Pone en valor la procedencia y vida del vino.

5.5. Propone catas alternativas y maridajes.

5.6. Aplica técnicas de merchandising y venta en el proceso de cata, cumpliendo con las especificaciones definidas y con el estándar de calidad previsto.

6. Actividades formativas de referencia relacionadas con actividades y recursos culturales.

6.1. Planificación de actividades culturales teniendo en cuenta los recursos materiales y humanos, las necesidades de los clientes y el presupuesto disponible.

6.2. Dinamización de actividades culturales teniendo en cuenta aspectos técnicos y de seguridad.

6.3. Aplicación de técnicas de evaluación de la práctica profesional.