

## ANEXO X

### I. IDENTIFICACIÓN DEL CERTIFICADO DE PROFESIONALIDAD

**Denominación:** Creación y gestión de viajes combinados y eventos

**Código:** HOTG0108

**Familia Profesional:** Hostelería y turismo

**Nivel de cualificación profesional:** 3

**Cualificación profesional de referencia:**

HOT330\_3 Creación y gestión de viajes combinados y eventos. (RD 1700/2007, de 14 de diciembre)

**Relación de unidades de competencia que configuran el certificado de profesionalidad:**

UC1055\_3: Elaborar y operar viajes combinados, excursiones y traslados.

UC1056\_3: Gestionar eventos.

UC0268\_3: Gestionar unidades de información y distribución turísticas.

UC1057\_2: Comunicarse en inglés, con un nivel de usuario independiente, en las actividades turísticas.

**Competencia general:**

Crear y operar viajes combinados, productos similares y eventos, utilizando, en caso necesario, la lengua inglesa, y gestionar el departamento o unidad correspondiente de la agencia de viajes o entidad equivalente.

**Entorno Profesional:**

Ámbito profesional:

Desarrolla su actividad preferentemente en unidades productivas de agencias de viajes, tour-operadores, entidades organizadoras de congresos, departamentos de eventos en establecimientos hoteleros y oficinas de promoción turística, tanto en el sector público como privado.

Sectores productivos:

Sector turístico, principalmente en los subsectores de la distribución y promoción turística, en agencias de viajes emisoras minoristas y mayoristas-minoristas, tour-operadores, agencias de viajes receptoras, oficinas y entidades de promoción turística y organizadores profesionales de congresos u OPC. También en establecimientos como hoteles, centros de congresos y entidades organizadoras de eventos.

Ocupaciones o puestos de trabajo relacionados:

3314.005.2 Promotor de agencia de viajes

3314.005.2 Promotor de agencia de viajes mayorista.

3314.002.5 Técnico de ventas en agencias de viajes

3314.002.5 Empleado o jefe de departamento de reservas de agencia mayorista.

3314.003.4 Técnico de producto agencias de viajes

3314.003.4 Programador de viajes combinados en agencias de viajes mayoristas y minoristas.

3314.003.4 Responsable del departamento nacional o internacional en agencias de viajes mayoristas.

3314.001.6 Técnico en agencias de viajes

3314.006.1 Transferista de agencias de viajes.

Coordinador de calidad en agencias de viajes mayoristas o en empresas profesionales organizadoras de congresos u OPC y en entidades organizadoras de eventos y ferias.

Técnico o promotor de Oficinas de Congresos y de empresas organizadoras de congresos u OPC.

Técnico o promotor de centros de congresos.

Empleado de entidad organizadora de ferias y eventos.

Responsable de departamento de eventos en entidades hoteleras

**Duración de la formación asociada:** 670 horas

**Relación de módulos formativos y de unidades formativas:**

MF1055\_3: Elaboración y gestión de viajes combinados. (150 horas)

- UF0073: Productos, servicios y destinos turísticos. (90 horas)

- UF0074: Planificación, programación y operación de viajes combinados. (60 horas)

MF1056\_3: Gestión de eventos. (150 horas)

- UF0075: Planificación, organización y control de eventos. (90 horas)

- UF0076: Comercialización de eventos. (30 horas)

- UF0043: Gestión de protocolo. (30 horas)

MF0268\_3: Gestión de unidades de información y distribución turísticas. (120 horas)

- UF0077: Procesos de gestión de unidades de información y distribución turísticas. (70 horas)

- UF0049: Procesos de gestión de calidad en hostelería y turismo (50 horas)

MF1057\_2: Inglés profesional para turismo. (90 horas)

MP0018: Módulo de prácticas profesionales no laborales de Creación y gestión de viajes combinados y eventos. (160 horas)

### II. PERFIL PROFESIONAL DEL CERTIFICADO DE PROFESIONALIDAD

**Unidad de competencia 1**

**Denominación:** ELABORAR Y OPERAR VIAJES COMBINADOS, EXCURSIONES Y TRASLADOS

**Nivel:** 3

**Código:** UC1055\_3

**Realizaciones profesionales y criterios de realización**

RP1: Elaborar viajes combinados que resulten adecuados y competitivos para su oferta

en el mercado, o que respondan a requerimientos de una demanda específica.

CR1.1 La oferta propia y de la competencia, tanto actual como de campañas anteriores, se analiza en lo referente a:

- Destinos ofertados.
- Características de los productos, servicios y complementos incluidos, prestatarios, opciones y variables disponibles.
- Retribuciones ofrecidas a los intermediarios vendedores.
- Niveles de ventas y resultados económicos.

CR1.2 El itinerario y otras características del viaje combinado, así como los servicios que debe incluir, se determinan en función del mercado y segmento al que se destina el producto o de las demandas específicas del cliente, aplicando para ello los conocimientos sobre los destinos y servicios turísticos, y teniendo en cuenta los resultados del análisis de la oferta competidora y de la propia.

CR1.3 Los servicios que deben incluirse en el viaje combinado se determinan, así como los posibles prestatarios de los mismos, utilizando para ello los soportes informativos y los medios de comunicación adecuados, y considerando las ofertas de las agencias de viajes receptoras, *brokers* aéreos y otros intermediarios turísticos, determinándose, para las operaciones regulares, las frecuencias y fechas de salida.

CR1.4 Las ofertas y cotizaciones de los servicios se obtienen y seleccionan, considerando las garantías de prestación en los términos previstos y aquellos factores que determinen la mejor relación calidad/precio y la mayor competitividad del producto final, aplicando en este proceso habilidades de comunicación y negociación.

CR1.5 Los documentos que aseguran la disponibilidad de los servicios se formalizan, reflejando el compromiso de los prestatarios y los términos de contratación y recogiendo, en los casos de intermediación, las condiciones en que ésta se produce.

CR1.6 La presupuestación del viaje combinado se realiza considerando las previsiones de ventas, los costes fijos y variables, las retribuciones a los minoristas y el margen de beneficio, y determinando el precio de coste, el precio de venta mayorista, los precios de venta al público, los suplementos, el umbral de rentabilidad y otros indicadores económicos.

CR1.7 Las características de presentación de la oferta del viaje combinado se determinan, elaborando el soporte apropiado, ya sea para su presentación directa al cliente, como en los casos de productos elaborados a la demanda, o para trasladarla a los responsables del diseño del soporte de oferta o de su comercialización, en los casos de productos para la oferta.

RP2: Gestionar las reservas de forma que se logren o superen los niveles de venta previstos.

CR2.1 Las solicitudes de reserva se atienden asesorando acerca de los destinos, establecimientos y medios de transporte que mejor se adapten a las expectativas del cliente.

CR2.2 Las solicitudes de reserva se tramitan, comprobando la disponibilidad de plazas y gestionando la confirmación de los servicios por los proveedores.

CR2.3 La situación en que queda la petición se informa, asegurándose de que es entendida y aceptada y, en los casos en que no se pueda confirmar el viaje demandado o alguno de sus servicios, las alternativas posibles se consideran y se comunican a los clientes, aportando argumentos para lograr su aceptación.

CR2.4 Las reservas se registran en los soportes establecidos, manuales o informáticos, controlando el estado de los cupos, informando a los proveedores sobre las ventas habidas, asignando plazas en medios de transporte, y llevando a cabo el seguimiento conveniente de las solicitudes pendientes de confirmación.

CR2.5 El precio del viaje se notifica o reconfirma, informando del importe que debe

constituirse como depósito y de las fechas de pago de la cantidad restante, y las características y especificidades del viaje se informan o reiteran y, en su caso, el contrato de viajes combinados se formaliza o se constata su formalización por el intermediario vendedor.

CR2.6 Los términos en que se han confirmado las reservas por los proveedores, especialmente los referidos a tiempos límites, pagos anticipados y liquidaciones, se controlan regularmente, y las instrucciones para su cumplimiento se transmiten oportunamente.

RP3: Operar viajes combinados asegurando las prestaciones de los servicios en los términos establecidos y consiguiendo la satisfacción de los clientes.

CR3.1 Los documentos de soporte de los derechos a la percepción de los servicios, tales como pasajes, bonos y otros, se emiten, o se constata su emisión por los intermediarios vendedores, en los términos y plazos establecidos, y la documentación informativa, como itinerarios, guías y otros elementos complementarios, como porta-documentos y bolsas de viaje, se requieren de los proveedores internos o externos.

CR3.2 La documentación y los elementos complementarios se preparan para su entrega o expedición, que se realiza con la antelación necesaria o prevista sobre la fecha de inicio del viaje.

CR3.3 Los documentos de control requeridos por los proveedores y prestatarios de servicios, como listas de pasajeros y copias de documentos emitidos, se originan, incluyendo las observaciones oportunas relativas a especificidades de los servicios o requerimientos especiales de los viajeros, y se remiten o entregan en el tiempo y forma previstos.

CR3.4 Las contingencias se prevén y las situaciones emergentes y deficiencias que se producen durante el desarrollo del viaje se resuelven.

CR3.5 Los documentos administrativos y contables se originan, o los datos necesarios para su cumplimentación se trasladan al departamento que debe originarlos.

CR3.6 El desarrollo del viaje y los servicios incluidos se evalúan, y los informes previstos o convenientes se confeccionan y remiten a los departamentos y personas a los que deba informarse.

RP4: Elaborar y programar excursiones y visitas para su operación regular o bajo demanda, obteniendo rendimientos y satisfaciendo las expectativas de los clientes.

CR4.1 Los itinerarios de las excursiones o visitas se definen, considerando los recursos turísticos de la zona y su sostenibilidad, los horarios adecuados o disponibles para su visita, la infraestructura viaria, los medios de transporte necesarios, la disponibilidad de establecimientos de restauración, las condiciones meteorológicas y otros factores, contando con los conocimientos y aportaciones de los guías de turismo.

CR4.2 Los servicios que deben incluirse se determinan, y se requieren de los prestatarios sus precios, tarifas y términos de colaboración, evaluándolos mediante visitas de inspección y seleccionando aquellos que resulten más adecuados.

CR4.3 Los precios de venta se fijan considerando los acuerdos y contratos formalizados con los proveedores, costes fijos y variables, previsiones de venta o número de personas para las que se programa la excursión o visita, margen de beneficio, comisiones a vendedores y oferta de la competencia.

CR4.4 Los mínimos de pasajeros por operación se determinan y, en los casos de operaciones regulares, las frecuencias de salidas se establecen considerando la demanda actual y potencial.

CR4.5 Las solicitudes de reserva se atienden, efectuando para ello el control de plazas disponibles y registro de las ventas, informando sobre los aspectos de la operación cuyo conocimiento resulte necesario a clientes, acompañantes y

proveedores, y emitiendo la documentación administrativa y contable necesaria.  
CR4.6 El desarrollo de la excursión o visita y los servicios incluidos se evalúan, determinando el grado de adaptación del producto turístico a la demanda y proponiendo alternativas que puedan mejorar el itinerario o visita previamente diseñado.  
CR4.7 La información recogida se analiza para evaluar las posibilidades de diseño de nuevos itinerarios, según la oferta y la demanda turísticas, estimando su viabilidad comercial y técnica.

RP5: Programar y operar traslados individuales o en grupo cumpliendo las especificaciones de los organizadores del viaje.

CR5.1 Las tarifas de los transportistas cuyos servicios son necesarios para la realización de traslados individuales o en grupo se requieren, negocian y acuerdan, y los precios básicos de los servicios de traslado más habituales se determinan a los efectos de su inclusión en los soportes de oferta.

CR5.2 Las peticiones de servicios de traslados se analizan con la finalidad de determinar los medios de transporte y asistencias requeridos, comprobando que se cuenta con todos los datos necesarios para la cotización y programación del servicio.

CR5.3 Las solicitudes de traslados se confirman indicando su precio y otras condiciones y, en los casos en que resulte oportuno, solicitando el pago anticipado del servicio y fijando el plazo para ello.

CR5.4 Los traslados confirmados se registran en el soporte previsto para ello, y los servicios necesarios para su realización se gestionan con los prestatarios, obteniendo su confirmación.

CR5.5 Los documentos administrativos y contables se originan, o los datos necesarios para su cumplimentación se trasladan al departamento responsable y, en los casos en que se utilicen servicios de asistencia en el traslado, los documentos previstos al efecto se completan conteniendo toda la información que resulte necesaria, haciéndola llegar a los prestatarios de la asistencia con la antelación suficiente.

CR5.6 La operación del traslado se reconfirma y controla asegurando su prestación en los términos previstos.

RP6: Participar en la mejora de la calidad de los procesos y servicios para elevar los estándares establecidos y el nivel de satisfacción de los clientes.

CR6.1 El trabajo se realiza cumpliendo o superando los estándares de calidad, conforme a los procedimientos e instrucciones establecidos y logrando la satisfacción de las expectativas de los clientes finales, promotores del viaje e intermediarios vendedores.

CR6.2 La información sobre los destinos, las características de los servicios, los proveedores y los prestatarios, así como sobre las condiciones potencialmente adversas a la calidad se aplica o aporta.

CR6.3 Se requiere a los clientes que manifiesten su satisfacción o insatisfacción con los servicios recibidos, solicitándoles información a este respecto, remitiéndoles cuestionarios de satisfacción y motivándolos para rellenarlos.

CR6.4 Los acompañantes de grupos turísticos son requeridos para que elaboren informes para la evaluación de los prestatarios de los servicios.

CR6.5 Las quejas o reclamaciones se atienden con amabilidad, eficacia y máxima discreción, siguiendo el procedimiento establecido, cumpliendo la normativa vigente y tomando las medidas oportunas para su resolución y para la satisfacción de los clientes.

CR6.6 Los productos se evalúan periódicamente, tanto en lo referente a la calidad de los servicios integrados como a su éxito en el mercado, para futuras planificaciones y toma de decisiones.

CR6.7 La comunicación con los clientes y proveedores es fluida, utilizando el medio más eficaz para conseguir una buena interacción y comprensión en la comunicación.

### **Contexto profesional**

#### **Medios de producción y/o creación de servicios**

Terminales de sistemas globales de distribución o GDS. Ordenadores con aplicaciones informáticas de gestión y con conexión a Internet. Impresoras. Aparatos telefax. Teléfonos. Documentos de tráfico y bonos, tanto propios como de proveedores. Impresos y documentos administrativos, tanto propios como de proveedores. Documentación informativa. Material promocional y de soporte a la documentación emitida. Material de oficina diverso.

#### **Productos o resultado del trabajo**

Mensajes de solicitud de reserva y reconfirmación y modificaciones o cancelaciones de servicios formalizados y enviados. Información complementaria diversa, como descripción de servicios y establecimientos e información sobre destinos y productos y servicios, formalizada y trasladada. Paquetes turísticos y viajes combinados a la oferta y a la demanda elaborados. Excursiones y visitas regulares o a la demanda diseñadas. Traslados individuales y en grupo programados. Notas de cargo y crédito formalizadas. Registros y expedientes formalizados. Documentos internos y externos referenciados, controlados y archivados. Información y asesoramiento sobre destinos, productos y servicios turísticos prestados. Ventas de derechos de uso de servicios turísticos y de viajes efectuadas. Documentos de pago o confirmación de servicios, como billetes aéreos, marítimos y de ferrocarril, bonos de autos de alquiler, bonos de hotel, bonos de tour-operadores, boletines y mensajes de confirmación, emitida o enviada. Cuestionarios de satisfacción cumplimentados.

#### **Información utilizada o generada**

Información impresa, en soportes magnéticos y en páginas Web sobre destinos, productos y servicios turísticos; precios y tarifas; requisitos exigibles y normativas aplicables a los viajeros nacionales e internacionales; normativa de proveedores y prestatarios de servicios; normativa interna de la empresa.

Soportes: de información externa: guías, horarios, mapas, tarifarios, catálogos, directorios, manuales operativos, manuales de venta y manuales de emisión de documentos. Soportes de información interna: instrucciones, órdenes, memorandos, circulares, memorias, informes, guías y manuales.

#### **Unidad de competencia 2**

**Denominación:** GESTIONAR EVENTOS

**Nivel:** 3

**Código:** UC1056\_3

#### **Realizaciones profesionales y criterios de realización**

RP1: Determinar y promocionar la oferta genérica de eventos para lograr la captación de clientes.

CR1.1 La oferta propia y de la competencia, tanto actual como de campañas

anteriores, se analiza en lo referente a:

- Servicios ofertados.
- Características de los productos incluidos, prestatarios, opciones y variables disponibles.
- Niveles de ventas y resultados económicos.

CR1.2 Los eventos tipo utilizados como oferta genérica se definen y se determinan en función del mercado y segmento al que se destinan, teniendo en cuenta la información sobre hábitos de consumo de los clientes y los resultados del análisis de la oferta competidora y de la propia.

CR1.3 Los proveedores para los diferentes tipos de servicios se evalúan y seleccionan, y se formalizan con ellos acuerdos y/o contratos.

CR1.4 Las ofertas y cotizaciones de los servicios se obtienen y son objeto de negociación y selección, considerando las garantías de prestación y los factores que determinan la mejor relación calidad/precio y la mayor competitividad del producto final.

CR1.5 Las características de los servicios se definen en función del tipo específico de evento de que se trate, como tamaño y disposición de los espacios, horarios, medios audiovisuales e informáticos, expositores o soportes, personal auxiliar, dotación de mesas y otros.

CR1.6 Los soportes de la oferta genérica, así como los documentos de contratación y posterior control y seguimiento del evento se diseñan.

CR1.7 La información sobre los clientes potenciales y sobre los eventos planeados se obtiene eficazmente.

CR1.8 La oferta de servicios, la política y directrices comerciales de la entidad, en relación con los competidores, se compara, determinando sus diferenciales positivos y posición competitiva.

CR1.9 Las acciones promocionales encaminadas a captar eventos se diseñan, programan y ejecutan.

RP2: Proyectar y presupuestar eventos en términos que respondan a la demanda de sus promotores y resulten competitivos frente a otras ofertas.

CR2.1 Las especificaciones básicas del evento se requieren y obtienen de los promotores del mismo, y las responsabilidades, gestiones y tareas que debe asumir la entidad gestora del evento se determinan y definen.

CR2.2 Las características de ediciones anteriores del evento se analizan, utilizando para ello los soportes informativos y los medios de comunicación adecuados y considerando niveles de servicios prestados y tipos de proveedores utilizados.

CR2.3 El proyecto del evento se concreta en función de su tipología, su programa provisional se precisa, las características de los servicios que han de prestarse se establecen y los proveedores y prestatarios se seleccionan, considerando el segmento de mercado al que se atiende, su capacidad operativa, experiencia, garantías y otros factores, y aportando al promotor del evento, en su caso, la información y experiencia profesional en el destino o sede del evento.

CR2.4 Las tarifas y precios de los servicios se solicitan y negocian con los proveedores para obtener los mejores términos posibles y, si resulta oportuno, se les requieren opciones alternativas que permitan mejorar la oferta final para los clientes.

CR2.5 Los costes y márgenes se definen y el presupuesto económico se establece.

CR2.6 La propuesta y presupuesto del evento se confecciona en los términos que resulten más competitivos y se presenta a los promotores, empleando para ello técnicas de venta y negociación y sugiriendo alternativas o modificaciones que permitan competir en términos ventajosos con los competidores.

CR2.7 El contrato de encargo de gestión del evento se elabora y firma o se propone para su firma.

RP3: Planificar el evento, determinando las acciones necesarias para su desarrollo y seguimiento.

CR3.1 El calendario y cronograma general del proyecto se elaboran, y el procedimiento y las reuniones de seguimiento con los promotores se establecen.

CR3.2 Las vías y fuentes de financiación del evento se diseñan o gestionan, o se colabora en ambos aspectos.

CR3.3 El equipo ejecutivo del evento se configura y organiza, determinando su estructura, identificando, seleccionando o designando a las entidades o personas que lo integran y determinando funciones, responsabilidades y, en su caso, fase de incorporación al programa de trabajo.

CR3.4 Los intermediarios y prestatarios de los servicios previstos en el programa del evento se evalúan, seleccionan y contratan, o se propone su contratación, reservando los bienes y servicios que han de prestar y obteniendo la confirmación de los mismos.

CR3.5 Los plazos y fechas límite para reservas y contrataciones de servicios se determinan y las visitas y viajes de prospección e inspección o de coordinación, se deciden y concretan.

CR3.6 Los proveedores de acciones y medios publicitarios y de promoción e imagen del evento, así como los proveedores de diseño, elaboración y hospedaje de la página web, se evalúan, seleccionan y contratan, o se propone su contratación.

CR3.7 El material de promoción, de comunicación, de inscripción, técnico y administrativo del evento se diseña o se colabora en su diseño.

CR3.8 Los anticipos y depósitos necesarios para garantizar la disponibilidad de los servicios, de acuerdo con los términos acordados con los proveedores, se formalizan y realizan, o se dan instrucciones para ello.

CR3.9 Los espacios necesarios para la recepción, inscripción, reuniones, actos, exposiciones y almacenaje se diseñan y distribuyen.

CR3.10 Los aspectos protocolarios, funcionales y de seguridad se consideran, y las características operativas y las necesidades de apoyo y soporte en el desarrollo del evento se establecen, previendo las posibles incidencias o crisis y proponiendo soluciones a las mismas.

RP4: Dirigir las acciones previas a la realización efectiva del evento para lograr su posterior desarrollo en los términos previstos y con el grado de autonomía asignado para proponer y afrontar con anticipación y planificación las modificaciones a que haya lugar.

CR4.1 Las acciones previstas de difusión, promoción, publicidad y otras para captación de participantes se ejecutan o se ordena su ejecución.

CR4.2 Las inscripciones y confirmaciones de participación se atienden y tramitan, registrándolas en los soportes establecidos, manuales o informáticos, controlando el estado de las mismas y la tipología de los participantes.

CR4.3 Las acreditaciones de acceso, la documentación profesional del evento y los elementos complementarios como vales de comida, maletines, bolsas, catálogos profesionales o comerciales, obsequios protocolarios y otros, se emiten, preparan y organizan para su entrega o se constata su preparación por otros prestatarios de servicios.

CR4.4 Los documentos administrativos y contables se originan o los datos necesarios para su cumplimentación se trasladan al área que debe emitirlos.

CR4.5 Los documentos de control requeridos por los promotores del evento, por los proveedores y prestatarios de servicios y por los participantes, como listados de ponentes e invitados, traslados individuales y colectivos, tareas del personal auxiliar requerido, certificados de asistencia y presentación de ponencias o comunicaciones, se originan.

CR4.6 La asignación y configuración de espacios en exposiciones y demás actos

culturales o sociales se decide y realiza conforme se concretan las inscripciones, supervisando los mismos durante el montaje, así como la señalética y medios de información y comunicación.

RP5: Operar el evento ejecutando las acciones necesarias para el cumplimiento del plan de trabajo previsto y la prestación de servicios y contrapartidas comprometidos con los distintos tipos de clientes o participantes.

CR5.1 La disponibilidad y despliegue de los recursos humanos y materiales necesarios se comprueba.

CR5.2 El cumplimiento de las instrucciones de acceso, protocolo y seguridad se verifica.

CR5.3 Los recursos humanos involucrados en el desarrollo del evento se motivan y dirigen.

CR5.4 La prestación y el desarrollo de los servicios, tanto propios como externos, se supervisan y son objeto de control para comprobar que se ajustan a las características y especificaciones de calidad establecidas.

CR5.5 Las incidencias e imprevistos que se producen durante el desarrollo se detectan rápidamente, proponiendo las alternativas más adecuadas.

CR5.6 El desarrollo y seguimiento del proyecto en los términos y plazos previstos se efectúa, y los interlocutores designados son informados sobre el desarrollo del evento e incidencias producidas.

RP6: Ejecutar y supervisar las acciones precisas para el cierre efectivo, documental y económico, del evento.

CR6.1 Los documentos contables de pago se recaban y se abonan o se transmite la información al departamento encargado de su tramitación.

CR6.2 Las subvenciones se tramitan o justifican a la finalización del evento o se proporciona la información necesaria al área responsable de su gestión.

CR6.3 Las demandas de información, rectificaciones o cambio de documentación por parte de los participantes se atienden durante el periodo establecido para ello.

CR6.4 Los materiales gráficos se recaban, como reportajes fotográficos, reportajes de vídeo y dossiers de prensa.

CR6.5 Las ediciones post-evento se dirigen y distribuyen.

CR6.6 Los informes finales se elaboran actualizando las bases de datos utilizadas o generadas, y la memoria y el balance económico del evento se cierran, analizando, en su caso, las incidencias detectadas y elaborando conclusiones para próximas ediciones.

CR6.7 La documentación y envíos protocolarios de cierre, como cartas de agradecimiento a entidades, colaboradores y ponentes, y documentación y materiales a patrocinadores, se preparan y distribuyen.

RP7: Participar en la mejora de la calidad de los procesos y servicios de la unidad o entidad en que trabaja para elevar los estándares establecidos y el nivel de satisfacción de los clientes en eventos.

CR7.1 El trabajo se realiza cumpliendo o superando los estándares de calidad, conforme a los procedimientos e instrucciones establecidos y logrando la satisfacción de las expectativas de los participantes y promotores del evento.

CR7.2 La información sobre las características de los servicios, sobre los proveedores, sobre las expectativas de los participantes y promotores del evento, así como sobre las condiciones potencialmente adversas a la calidad, se aplica o aporta.

CR7.3 Los participantes en el evento y sus promotores son requeridos para que manifiesten su satisfacción o insatisfacción con los servicios recibidos, entregándoles cuestionarios de satisfacción y motivándolos para rellenarlos o utilizando métodos alternativos que contribuyan al mismo fin.

CR7.4 Las quejas o reclamaciones se atienden con amabilidad, eficacia y máxima discreción, siguiendo el procedimiento establecido, cumpliendo la normativa vigente y tomando las medidas oportunas para su resolución y para la satisfacción de los clientes.

CR7.5 La comunicación con los clientes y proveedores es fluida, utilizando el medio más eficaz para conseguir una buena interacción y comprensión en la comunicación.

### **Contexto profesional**

#### **Medios de producción y/o creación de servicios**

Terminales de sistemas globales de distribución o GDS. Ordenadores con aplicaciones informáticas de gestión especializadas y con conexión a Internet. Impresoras. Aparatos telefax. Teléfonos. Documentos de tráfico y bonos, tanto propios como de proveedores. Impresos y documentos administrativos tanto propios como de proveedores. Documentación informativa. Material promocional y de soporte a la documentación emitida. Material de oficina diverso. Planos de espacios para la celebración de eventos, como salones y palacios de congresos. Catálogos de materiales audiovisuales e informáticos, de material de exposición y montaje, de objetos promocionales; muestrarios de papel y otros materiales de impresión; sistemas manuales y tecnológicos de control de acceso a recintos.

#### **Productos o resultado del trabajo**

Propuestas y ofertas de organización de eventos. Mensajes de solicitud de inscripción y reservas, reconfirmación y modificaciones o cancelaciones de servicios. Información complementaria diversa, como programas científicos, sociales y de acompañantes, catálogos de expositores, descripción de servicios y establecimientos e información sobre actividades y servicios. Notas de cargo y crédito. Registros y expedientes. Documentos internos y externos cumplimentados. Bases de datos de clientes y proveedores actualizadas. Información y asesoramiento sobre productos y servicios turísticos. Documentos de pago o confirmación de servicios, como billetes aéreos y de ferrocarril, bonos de alquiler de vehículos, bonos de hotel, boletines y mensajes de confirmación, alquiler de audiovisuales, equipos de sonido e informáticos, personal de apoyo esencial para el evento, como intérpretes, azafatas y guías, y documentos acreditativos, en su caso, de asistencia o participación en el evento, emitidos o enviados. Cuestionarios de satisfacción, informes o estudios equivalentes formalizados.

#### **Información utilizada o generada**

Información impresa, en soportes magnéticos y en páginas Web sobre clientes potenciales y eventos planeados; eventos potenciales y eventos confirmados y su histórico; potenciales decidores de destinos o sedes y sus datos de contacto; productos y servicios turísticos y logísticos especializados en el turismo de reuniones y eventos; precios y tarifas; requisitos exigibles y normativas aplicables a los viajeros nacionales e internacionales; normativa de proveedores y prestatarios de servicios; normativa sobre protección de datos y prevención de riesgos laborales; normativa interna de la empresa; propuestas-tipo de programas sociales y para acompañantes.

#### **Unidad de competencia 3**

**Denominación:** GESTIONAR UNIDADES DE INFORMACIÓN Y DISTRIBUCIÓN TURÍSTICAS

**Nivel:** 3

**Código:** UC0268\_3

**Realizaciones profesionales y criterios de realización**

RP1: Proponer objetivos y planes para la unidad de información o distribución de oferta turística de su responsabilidad, que sean viables y se integren en la planificación general y estratégica de la entidad, y que respondan a las demandas actuales y emergentes de los viajeros, proveedores de servicios del destino y otros usuarios de la unidad.

CR1.1 Por medio de información directa y expresa se accede al conocimiento de los planes generales de la empresa o entidad y de los específicos que afectan a su área de actuación.

CR1.2 Los objetivos de carácter particular para la unidad de su responsabilidad se definen y se proponen a sus superiores.

CR1.3 Las opciones de actuación se identifican y evalúan, y se seleccionan las más adecuadas a los objetivos fijados, teniendo en cuenta la disponibilidad de recursos, los periodos de temporada alta de los destinos y las características de la empresa o entidad.

CR1.4 Los planes y acciones para conseguir los objetivos fijados dentro de su área de responsabilidad se formulan y cuantifican, para revisar su grado de cumplimiento.

RP2: Confeccionar los presupuestos del departamento o área de su responsabilidad, efectuando el seguimiento económico y el control presupuestario.

CR2.1 Los datos históricos de la unidad de su responsabilidad se revisan y las previsiones económicas se establecen, de acuerdo con la planificación general de la empresa o entidad, con el número y variedad de servicios programados y con los objetivos cuantitativos y cualitativos fijados para la unidad de información y distribución de oferta turística.

CR2.2 Los presupuestos económicos y de tesorería se confeccionan aplicando técnicas de previsión y presupuestación, y estableciendo su cuantificación y periodicidad en función de la estacionalidad propia de la actividad turística.

CR2.3 Los presupuestos se presentan a sus superiores jerárquicos, considerando las observaciones que éstos formulen para hacer las modificaciones necesarias.

CR2.4 El procedimiento para el seguimiento del presupuesto de su unidad se define y aprueba.

CR2.5 El control presupuestario se efectúa en los plazos y términos establecidos, comprobando el cumplimiento de los objetivos económicos.

CR2.6 Los cálculos necesarios para detectar posibles desviaciones respecto a los objetivos económicos se realizan de forma precisa, proponiendo las medidas correctivas adaptadas a cada caso, que permitan, no obstante, mantener los servicios más competitivos o con mayor impacto estratégico en los periodos de temporada alta.

CR2.7 Los resultados del control presupuestario se transmiten mediante los informes adecuados a las personas y departamentos correspondientes, en el tiempo y forma establecidos.

RP3: Establecer la estructura organizativa de la unidad de información y distribución de oferta turística, determinando y organizando los recursos necesarios para el logro de los objetivos.

CR3.1 El tipo de estructura organizativa que resulta más adecuado para el logro de los objetivos y planificación establecidos se determina, adaptándola a la estacionalidad propia de la actividad y en función de las disponibilidades de financiación.

CR3.2 La incorporación a las redes de intercambio de información y cooperación más adecuadas se propone, para rentabilizar sinergias, garantizar la imprescindible actualización permanente de la información y oferta turística y agilizar su distribución.

CR3.3 Las funciones y tareas que deben realizarse, las relaciones internas de la unidad y las relaciones con otros agentes turísticos y sociales de su ámbito territorial y área de influencia se establecen.

CR3.4 Los recursos necesarios se determinan, considerando las variables estacionales o periódicas derivadas de los hábitos viajeros.

CR3.5 Los puestos de trabajo se definen y el perfil de los informadores y comercializadores turísticos que deben ocuparlos se contribuye a definir.

CR3.6 En el proceso de selección del personal que ocupa los puestos de la unidad de trabajo se colabora.

CR3.7 El trabajo se organiza y se distribuye entre el equipo humano de su dependencia.

RP4: Integrar y dirigir al personal dependiente, involucrándolo en los objetivos y motivándolo para que tenga una alta capacidad de respuesta a las necesidades de los clientes y desarrolle su profesionalidad.

CR4.1 En la integración, formación y evaluación del personal dependiente se participa, para que realice las tareas asignadas con eficacia y eficiencia.

CR4.2 Las motivaciones del personal dependiente en su ámbito de responsabilidad se identifican.

CR4.3 Las metas y objetivos de la entidad o empresa turística se explican para su comprensión y asunción por cada miembro del equipo humano dependiente, de forma que se involucre en los mismos y se integre en el grupo de trabajo correspondiente.

CR4.4 La motivación del personal de la unidad de su responsabilidad se logra promoviendo y valorando la iniciativa, el esfuerzo, la creatividad y su papel en la transmisión de imagen de marca del distribuidor turístico, destino o ámbito territorial, y en el trabajo en equipo.

CR4.5 Las responsabilidades y funciones del personal se determinan y la autoridad necesaria para su cumplimiento se delega.

CR4.6 Las instrucciones e indicaciones al personal se transmiten de forma clara, asegurándose de su perfecta comprensión.

CR4.7 Las reuniones con el personal necesarias para establecer objetivos y para efectuar el seguimiento del desempeño se fijan y dirigen, formalizando los informes pertinentes.

CR4.8 La productividad, rendimiento y consecución de objetivos del personal se evalúa, reconociendo el éxito y corrigiendo actitudes y actuaciones.

RP5: Implementar y gestionar, en su ámbito de responsabilidad, la cultura de la calidad y el sistema de calidad adoptado, para conseguir los objetivos de la empresa o entidad.

CR5.1 Los servicios en su ámbito de responsabilidad se diseñan con su contribución, aportando su conocimiento sobre las expectativas de los distintos tipos de clientes, tales como usuarios finales, agentes turísticos del destino y otros, y colaborando en la determinación de estándares de calidad y en la formulación de procedimientos e instrucciones de trabajo acordes con el sistema de calidad.

CR5.2 La cultura de la calidad se difunde entre el personal a su cargo, instruyéndole en el sistema y herramientas de calidad y fomentando su participación en la mejora continua.

CR5.3 El sistema de calidad se implementa, identificando las condiciones adversas a la calidad, tanto actuales como potenciales, y diseñando y ejecutando planes de mejora.

CR5.4 El sistema de indicadores y de control de la calidad interna se define,

analizando los datos aportados, informando a sus superiores y a otros departamentos implicados y definiendo y aplicando acciones preventivas y correctivas.

CR5.5 Los procedimientos para la recogida y análisis de información sobre la calidad externa y las encuestas de satisfacción, o métodos equivalentes, se diseñan con su colaboración, facilitando y fomentando la participación de los clientes.

CR5.6 La aplicación de los procedimientos e instrucciones y el cumplimiento de los estándares y normas se comprueba, efectuando la evaluación periódica y sistemática de la calidad en su ámbito de responsabilidad.

### **Contexto profesional**

#### **Medios de producción y/o creación de servicios**

Equipos informáticos. Internet. Aparatos telefax. Teléfonos. Redes telemáticas de distribución e intercambio de información y oferta turística. Manuales de planificación. Manuales de archivo, actualización y gestión de la información. Manuales de procedimiento administrativo. Formularios de presupuestación. Manuales de elaboración de documentos. Manuales de comunicación. Manuales de procedimientos de control de calidad.

#### **Productos o resultado del trabajo**

Planificación y organización eficiente de la unidad de su responsabilidad. Integración, dirección y coordinación del personal dependiente. Consecución de objetivos: prestación rentable del servicio, desarrollo estratégico de nuevos servicios, contribución a la creación y distribución de servicios y productos turísticos y al desarrollo territorial, entre otros. Personal motivado e involucrado en los objetivos de la empresa o entidad y consciente de su papel en la transmisión de imagen de toda la cadena turística de su ámbito territorial. Organización, ejecución y control en la unidad de su responsabilidad de la política de calidad de la empresa o entidad. Optimización de costes. Fidelización de clientes. Informes de gestión de recursos humanos y de resultados en la atención a consumidores y proveedores de información y oferta turística.

#### **Información utilizada o generada**

Plan estratégico de la empresa o entidad y, en su caso, de su ámbito territorial de actuación. Información impresa, en soportes magnéticos y en páginas web sobre su ámbito territorial de actuación y su área de influencia, productos y servicios turísticos; precios y tarifas; requisitos exigibles, normativas y derechos y vías de reclamación aplicables a los viajeros nacionales e internacionales; normativa de proveedores y prestatarios de servicios. Bases de datos e inventarios turísticos. Información económica y administrativa de la empresa o entidad. Presupuestos. Informes de gestión. Plan de calidad de la empresa o entidad. Inventarios de material y equipamiento. Fichero de clientes, visitantes y proveedores. Registro de personal. Disposiciones legales y convenios colectivos. Manual y normativa interna de la empresa o entidad. Registros de calidad. Albaranes, vales y facturas.

#### **Unidad de competencia 4**

**Denominación:** COMUNICARSE EN INGLÉS, CON UN NIVEL DE USUARIO INDEPENDIENTE, EN LAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS

**Nivel:** 2

**Código:** UC1057\_2

### **Realizaciones profesionales y criterios de realización**

RP1: Interpretar mensajes orales de complejidad media en inglés, expresados por los clientes y proveedores a velocidad normal en el ámbito de la actividad turística, con el objeto de prestar un servicio adecuado, conseguir la satisfacción del cliente, materializar las ventas e intercambiar información con otros profesionales de su ámbito.

CR1.1 La expresión oral del cliente o el profesional en inglés, empleando un lenguaje estándar se interpreta con precisión en situaciones predecibles tales como:

- Atención directa al cliente de agencias de viajes, alojamientos, oficinas de información turística o eventos y medios de transporte marítimo y ferroviario, a su llegada, durante su estancia y a su salida.
- Resolución de contingencias, situaciones de emergencia y deficiencias producidas durante la prestación de un servicio.
- Resolución de quejas y reclamaciones.
- Información y asesoramiento sobre destinos, servicios, productos, tarifas, viajes combinados, trayectos, paradas y escalas.
- Demanda de información variada por parte del cliente o profesional del sector.
- Atención a proveedores, agencias de viaje y profesionales.
- Gestión de reservas y otros servicios de agencias de viajes y alojamientos.
- Confirmación de los servicios contratados a los clientes y con los proveedores.
- Promoción de un establecimiento, viaje, evento o zona turística entre clientes actuales y potenciales.
- Venta u ofrecimiento de servicios y productos turísticos o promocionales.
- Negociación con clientes o profesionales del sector de acuerdos de prestación de servicios, colaboración o contratación.
- Información y formación para implantar sistemas de calidad turística.

CR1.2 La comprensión oral en inglés se produce adecuando la interpretación a los diferentes condicionantes que pueden afectar a la misma, tales como el medio de comunicación, presencial o telefónico, número y características de los emisores del mensaje, claridad de la pronunciación, costumbres en el uso de la lengua y tiempo del que se dispone para la interacción, y se interpreta en lo esencial, aunque existan distintos acentos, ruido ambiental, interferencias y distorsiones.

RP2: Interpretar, sin precisar un diccionario, documentos de complejidad media escritos en inglés, en el ámbito de la actividad turística, para obtener información, procesarla y llevar a cabo las acciones oportunas.

CR2.1 La documentación escrita en inglés referente a instrucciones, informes, manuales, publicidad, cartas, faxes, correos electrónicos y notas, se interpreta con detalle y agilidad en situaciones predecibles, tales como:

- Consulta de un manual de maquinaria, equipamiento o utensilio de la actividad turística.
- Consulta de un manual de aplicación informática.
- Petición de información, reservas y pedidos.
- Lectura de mensajes, cartas, faxes y correo electrónico.
- Información sobre destinos, servicios y precios.

CR2.2 La comprensión escrita en inglés se produce adecuando la interpretación a los condicionantes que la pueden afectar, tales como:

- El canal de la comunicación: fax, e-mail o carta.
- Costumbres en el uso de la lengua.
- Grafía deficiente.
- Impresión de baja calidad.

RP3: Expresar a clientes y proveedores en inglés, mensajes orales fluidos, de complejidad media, en el ámbito del turismo, en situaciones de comunicación presencial o a distancia, con el objeto de prestar un servicio adecuado, conseguir la satisfacción del cliente, materializar las ventas e intercambiar información.

CR3.1 La expresión oral en inglés se realiza produciendo mensajes coherentes que emplean un vocabulario amplio relacionado con la actividad y son emitidos con fluidez y espontaneidad en reuniones, recepciones y conversaciones referidas a situaciones propias de la actividad turística, tales como:

- Atención directa al cliente de agencias de viajes, alojamientos, oficinas de información turística, eventos y medios de transporte marítimo y ferroviario, a su llegada, durante su estancia y a su salida.
- Resolución de contingencias, situaciones de emergencia y deficiencias producidas durante la prestación de un servicio.
- Acompañamiento, asistencia e información al pasajero en medios de transporte marítimo y ferroviario.
- Resolución de quejas y reclamaciones.
- Información y asesoramiento sobre destinos, servicios, productos, tarifas, viajes combinados, trayectos, paradas y escalas.
- Demanda de información variada por parte del cliente o profesional del sector.
- Atención a proveedores, agencias de viaje y profesionales.
- Gestión de reservas y otros servicios de agencias de viajes y alojamientos.
- Confirmación de los servicios contratados a los clientes y con los proveedores.
- Promoción de un establecimiento, viaje, evento o zona turística entre clientes actuales y potenciales.
- Venta u ofrecimiento de servicios y productos turísticos o promocionales.
- Negociación con clientes o profesionales del sector de acuerdos de prestación de servicios, colaboración o contratación.

CR3.2 La expresión oral en inglés se produce atendiendo a los diferentes condicionantes que pueden afectar a la misma, tales como el medio de comunicación, presencial o telefónico, número y características de los interlocutores, costumbres en el uso de la lengua y tiempo del que se dispone para la interacción, aunque exista ruido ambiental, interferencias y distorsiones.

RP4: Producir en inglés, documentos escritos de complejidad media, correctos gramatical y ortográficamente, necesarios para el cumplimiento eficaz de su cometido y para garantizar los acuerdos propios de su actividad, utilizando un vocabulario amplio propio de su ámbito profesional.

CR4.1 La expresión escrita en inglés se realiza cumplimentando o produciendo instrucciones, cartas, faxes, correos electrónicos y notas coherentes, inteligibles y correctas en la gramática y ortografía, referidos a situaciones propias de la actividad turística, tales como:

- Redacción de información de interés general para el cliente, tales como horarios, fechas y precios.
- Notificación de avisos para clientes de un evento.
- Redacción y cumplimentación de documentos relacionados con la gestión y comercialización de una agencia de viajes u oficina de información turística.
- Realización de reservas y venta de servicios y productos turísticos.
- Atención por escrito de demandas informativas de clientes o profesionales del sector.
- Gestión de reservas y confirmación de servicios por escrito.
- Resolución de quejas y reclamaciones por escrito.
- Formalización de documentos de control, contratos y bonos.
- Elaboración de informes.
- Solicitudes por escrito de información a clientes, proveedores y profesionales

del sector.

- Información básica sobre eventos en restauración, como fecha, lugar y precio.  
CR4.2 La expresión escrita en inglés se produce atendiendo a los diferentes condicionantes que pueden afectar a la misma, tales como:

- Comunicación formal o informal.
- Costumbres en el uso de la lengua.
- Canal de comunicación.
- Características de los receptores del mensaje.
- Calidad de la impresión o de la grafía.

RP5: Comunicarse oralmente con espontaneidad con uno o varios clientes o proveedores en inglés, en la prestación de servicios turísticos.

CR5.1 La interacción en inglés se realiza produciendo e interpretando los mensajes orales de uno o varios interlocutores, expresados con fluidez en situaciones propias de la actividad turística, tales como:

- Atención directa al cliente de agencias de viajes, alojamientos, oficinas de información turística o eventos y medios de transporte marítimo y ferroviario, a su llegada, durante su estancia y a su salida.
- Resolución de contingencias, situaciones de emergencia y deficiencias producidas durante la prestación de un servicio.
- Resolución de quejas y reclamaciones.
- Información y asesoramiento sobre destinos, servicios, productos, tarifas, viajes combinados, trayectos, paradas y escalas.
- Demanda de información variada por parte del cliente o profesional del sector.
- Atención a proveedores, agencias de viaje y profesionales.
- Gestión de reservas y otros servicios de agencias de viajes y alojamientos.
- Confirmación de los servicios contratados a los clientes y con los proveedores.
- Promoción de un establecimiento, viaje, evento o zona turística entre clientes actuales y potenciales.
- Venta u ofrecimiento de servicios y productos turísticos o promocionales.
- Negociación con clientes o profesionales del sector de acuerdos de prestación de servicios, colaboración o contratación.
- Comunicación y coordinación con los representantes y técnicos de los servicios encargados del desarrollo de las actividades de ocio complementarias fuera del establecimiento.

CR5.2 La interacción en inglés se produce, si se emplea un lenguaje estándar, atendiendo a los diferentes condicionantes que pueden afectar a la misma, tales como el medio de comunicación, presencial o telefónico, número y características de los interlocutores, costumbres en el uso de la lengua, claridad de la pronunciación y tiempo del que se dispone para la interacción, aunque existan distintos acentos, ruido ambiental, interferencias y distorsiones.

### **Contexto profesional**

#### **Medios de producción y/o creación de servicios**

Equipos informáticos, impresora, teléfono y fax. Aplicaciones informáticas. Material de turismo. Diccionario. Material de oficina.

#### **Productos o resultado del trabajo**

Comunicación interactiva independiente con clientes y profesionales del sector en inglés para la prestación de servicios turísticos, gestión y comercialización de los establecimientos, venta de servicios y destinos turísticos y negociaciones con clientes y proveedores. Interpretación de documentos profesionales y técnicos, relacionados con la actividad turística.



**Información utilizada o generada**

Manuales de lengua inglesa sobre gramática, usos y expresiones. Diccionarios monolingües, bilingües, de sinónimos y antónimos. Publicaciones diversas en inglés: manuales de turismo, catálogos, periódicos, revistas especializadas en eventos y oficinas turísticas. Manuales de cultura de los angloparlantes de diversas procedencias.

**III. FORMACIÓN DEL CERTIFICADO DE PROFESIONALIDAD****MÓDULO FORMATIVO 1**

**Denominación:** ELABORACIÓN Y GESTIÓN DE VIAJES COMBINADOS

**Código:** MF1055\_3

**Nivel de cualificación profesional:** 3

**Asociado a la Unidad de Competencia:**

UC1055\_3 Elaborar y operar viajes combinados, excursiones y traslados.

**Duración:** 150 horas

**UNIDAD FORMATIVA 1**

**Denominación:** PRODUCTOS, SERVICIOS Y DESTINOS TURÍSTICOS

**Código:** UF0073

**Duración:** 90 horas

**Referente de competencia:** Esta unidad formativa se corresponde con la RP1 exceptuando el tratamiento informatizado de la información

**Capacidades y criterios de evaluación**

C1: Analizar la evolución del concepto de turismo, identificando los elementos que componen el sistema turístico.

CE1.1 Explicar la evolución del concepto de turismo a lo largo del tiempo.

CE1.2 Describir el sistema turístico e identificar los elementos que lo componen.

CE1.3 Identificar y explicar los factores que influyen en la demanda turística individual y en la demanda turística agregada a un destino turístico.

CE1.4 Reconocer y clasificar los componentes de la oferta turística, y explicar las características de los distintos servicios y productos turísticos.

CE1.5 Describir las variables que determinan la evolución y tendencias de la demanda y de la oferta turísticas.

CE1.6 Reconocer los segmentos de la demanda del mercado turístico actual y describir sus características.

CE1.7 Identificar y clasificar los medios de transporte, comparando y evaluando sus características diferenciales desde el punto de vista de la demanda.

C2: Analizar el mercado turístico identificando los destinos turísticos nacionales e

internacionales más relevantes.

CE2.1 Estimar la situación del mercado turístico nacional e internacional.

CE2.2 Identificar y describir los principales destinos turísticos nacionales teniendo en cuenta:

- Tipología de su producto.
- Potencial de su demanda.

CE2.3 Reconocer y describir los principales destinos turísticos internacionales teniendo en cuenta:

- Tipología de su producto.
- Potencial de su demanda.

CE2.4 Describir los flujos turísticos actuales y justificar la situación en el mercado de los diferentes destinos turísticos con relación a los segmentos de la demanda turística.

CE2.5 Identificar a los oferentes más significativos del mercado turístico nacional e internacional, y describir las características de sus respectivas ofertas.

CE2.6 Explicar las características del turismo sostenible y describir sus factores determinantes.

**Contenidos****1. El Turismo y la estructura del mercado turístico**

- Concepto de Turismo. Evolución del concepto de Turismo.
- El sistema turístico. Partes o subsistemas.
- La demanda turística. Tipos de demanda turística. Factores que determinan la demanda turística individual y agregada.
- La oferta turística. Componentes de la oferta turística.
- Evolución histórica del turismo. Situación y tendencias.
- Análisis de la oferta y comportamiento de la demanda turística española: destinos y productos asociados.
- Análisis de la oferta y comportamiento de la demanda internacional: destinos relevantes y productos asociados.

**2. El alojamiento como componente del producto turístico**

- La hostelería. Los establecimientos de alojamiento. Clasificaciones y características.
- Relaciones entre las empresas de alojamiento y las agencias de viajes y *tour*-operadores.
- Principales proveedores de alojamiento.
- Tipos de unidades de alojamiento y modalidades de estancia. Tipos de tarifas y condiciones de aplicación. Cadenas hoteleras. Centrales de reservas

**3. El transporte como componente del producto turístico**

- Transporte por carretera
  - Vías de comunicación
  - Alquiler de automóviles
  - Servicios de autocares
  - Principales compañías
- Transporte por ferrocarril
  - Tipos de trenes
  - Principales líneas de ferrocarriles
  - Emisión de billetes de transporte de ferrocarril
  - Principales compañías
- Transporte acuático
  - Características
  - Puertos .Clasificación

- modalidades y servicios en los transportes marítimos
- Características y clases de barcos
- Principales compañías navieras
- Los cruceros: compañías, rutas, tarifas
- Transporte aéreo
  - Tipos y funciones de las compañías aéreas
  - Transporte aéreo comercial
  - Compañías aéreas regulares
  - Tipos de servicios

#### 4. Otros elementos y componentes de los viajes combinados, excursiones o traslados

- El transporte discrecional en autocar. Relaciones. Tarifas. Contrastes. Normativa.
- El alquiler de automóviles con y sin conductor. Tarifas. Seguros. Procedimientos de reservas. Bonos y boletines de presentación. El viaje combinado *fly-drive*.
- Los cruceros marítimos y fluviales y sus características. Tipos. Tarifas. Prestaciones. Reservas.
- Los servicios de acompañamiento y asistencia turística. El servicio de guía turístico.
- Los seguros de viaje y los contratos de asistencia en viaje. Gestión de visados y otra documentación requerida para los viajes.

#### 5. Principales destinos turísticos nacionales

- Turismo de sol y playa
  - El producto sol y playa
  - Análisis del turista de sol y playa
  - Las playas españolas
  - Costas peninsulares
- Turismo de naturaleza y turismo activo
  - Ecoturismo. Turismo rural
  - Los parques nacionales y naturales
  - Actividades terrestres, acuáticas, aéreas, mixtas y de multiaventura
  - Productos turísticos unidos a deportes de aventura y a deportes tradicionales
  - Análisis de la demanda
- Turismo cultural y religioso
  - Patrimonio cultural y religioso de España
  - Destinos e itinerarios del producto cultural y religioso. Imagen y comercialización
  - Análisis de la demanda
- Turismo profesional
  - Turismo profesional en España
  - Principales destinos
  - Análisis de la demanda del turismo profesional
- Turismo social y de salud
  - Turismo de salud y belleza: aguas termales y balnearios
  - Turismo social
  - Turismo de idiomas, temático y residencial
  - Análisis de la demanda del turismo social y de salud

#### 2. Principales destinos turísticos internacionales

- Europa
  - Importancia y evolución del turismo en Europa
  - Las grandes ciudades europeas
  - Destinos de costa
  - Análisis de la demanda de turismo de Europa

- África
  - Geografía, economía y sociedad
  - Principales destinos turísticos en África: desierto, safaris, islas y playas
  - Análisis de la demanda
- América del Norte
  - Geografía, economía y sociedad
  - Ciudades de América del Norte.
  - Destinos de naturaleza
  - Análisis de la demanda
- América Central y América del Sur
  - Geografía, economía y sociedad
  - Ciudades
  - Destinos naturales
  - Suramérica
  - Destinos culturales
  - Destinos arqueológicos
  - Turismo activo
  - Análisis de la demanda
- Asia
  - Geografía, economía y sociedad
  - Oriente Próximo
  - Oriente Medio y Asia central
  - Asia meridional
  - Sudeste asiático
  - China y Extremo Oriente
  - Análisis de la demanda
- Oceanía
  - Principales destinos turísticos en Oceanía: Australia, Nueva Zelanda e Islas del Pacífico
  - Destinos especiales
  - Análisis de la demanda

#### UNIDAD FORMATIVA 2

**Denominación:** PLANIFICACIÓN, PROGRAMACIÓN Y OPERACIÓN DE VIAJES COMBINADOS

**Código:** UF0074

**Duración:** 60 horas

**Referente de competencia:** Esta unidad formativa se corresponde con las realizaciones RP3 y RP4 en lo referido a los precios de venta, mínimos de pasajeros por operación, solicitud de reserva y emisión de documentos, desarrollo del servicio y análisis de la información recogida y con la RP5.

#### Capacidades y criterios de evaluación

C1: Desarrollar los procesos de planificación, elaboración, programación, operación de viajes combinados y productos similares, identificando y aplicando procedimientos, técnicas y recursos tecnológicos.

CE1.1 Describir los diferentes tipos de viajes combinados y otros productos turísticos que implican la integración de servicios, como excursiones y traslados,

identificando sus componentes y estableciendo sus especificidades económicas, operativas y de comercialización.

CE1.2 Analizar los viajes incluidos en las ofertas de diversos tour-operadores, estableciendo sus características diferenciales, comparándolos y determinando sus ventajas competitivas en función de los segmentos del mercado a los que se dirige la oferta.

CE1.3 Explicar los procesos de planificación, elaboración, programación y operación de viajes combinados, caracterizando sus fases y describiendo objetivos y resultados: definición del producto; selección de fuentes de información; diseño del itinerario; elección de servicios y otros componentes del producto y selección de prestatarios; negociación con proveedores y contratación; presupuestación; elaboración del soporte de oferta del producto; comercialización y venta; operación.

CE1.4 Explicar los procesos de planificación, elaboración, programación y operación de excursiones, caracterizando sus fases y describiendo objetivos y resultados: definición del producto; diseño del itinerario; elección de servicios y selección de prestatarios; presupuestación, comercialización y venta; operación.

CE1.5 Explicar el proceso de programación y operación de traslados, caracterizando sus fases y describiendo objetivos y resultados: definición del producto; elección de servicios y selección de prestatarios; presupuestación y operación.

CE1.6 En supuestos prácticos, de elaboración de viajes combinados, excursiones o traslados identificar y formalizar los documentos apropiados para asegurar las prestaciones de los servicios incluidos, y determinar los controles necesarios para asegurar la operación y el cumplimiento de las acciones programadas, indicando las medidas correctivas adecuadas ante determinadas desviaciones.

CE1.7 Identificar y cumplimentar documentos administrativos y contables propios de las operaciones de viajes combinados, excursiones y traslados, y redactar informes de evaluación.

CE1.8 Utilizar programas informáticos de hoja de cálculo para la elaboración de escandallos de viajes combinados, excursiones y traslados.

CE1.9 En supuestos prácticos, de elaboración de viajes combinados, excursiones o traslados, definida la demanda a que se destinan y otros datos caracterizadores, y utilizando los soportes informativos, recursos tecnológicos, como Internet, programas informáticos de hoja de cálculo y programas específicos para agencias de viajes, así como los datos aportados:

- Considerar y seleccionar posibles itinerarios y características del producto.
- Considerar y seleccionar los servicios y otros componentes del producto.
- Seleccionar los prestatarios de los servicios y obtener precios y tarifas de servicios.
- Elaborar el presupuesto, determinando costes, retribuciones a minoristas, márgenes de beneficio, precios de venta, umbrales de rentabilidad y otros indicadores económicos de interés.
- Proponer las características de presentación del producto elaborado, para diseñar su oferta final.

## **Contenidos**

### **1. Creación y operación de viajes combinados**

- Concepto de viaje combinado. Tipos. Viajes combinados elaborados bajo demanda y para la oferta.
- Relaciones entre *tour*-operadores y agencias de viajes minoristas. Condiciones de colaboración y términos de retribución.
- Análisis de las fases de la elaboración, programación, comercialización y operación de los viajes combinados.

### **2. Programación y operación de excursiones y traslados**

- Tipos de excursiones y visitas. Características y servicios que incluyen. Operaciones regulares y operaciones bajo demanda. Normativa aplicable. Programación y operación de excursiones.
- Los traslados como operación propia de las agencias de viajes receptoras. Tipos de traslados. Programación y operación de traslados.

## **Orientaciones metodológicas**

### **Formación a distancia:**

Unidades formativas	Número máximo de horas a impartir a distancia
Unidad formativa 1	80
Unidad formativa 2	50

### **Secuencia:**

Las unidades formativas de este módulo se pueden programar de manera independiente.

### **Criterios de acceso para los alumnos**

Se debe demostrar o acreditar un nivel de competencia en los ámbitos señalados a continuación, que asegure la formación mínima necesaria para cursar el módulo con aprovechamiento:

- Comunicación en lengua castellana.
- Competencia matemática.
- Competencia digital.
- Competencias sociales en geografía.

## **MÓDULO FORMATIVO 2**

**Denominación:** GESTIÓN DE EVENTOS

**Código:** MF1056\_3

**Nivel de cualificación profesional:** 3

**Asociado a la Unidad de Competencia:**

UC1056\_3 Gestionar eventos.

**Duración:** 150 horas

### **UNIDAD FORMATIVA 1**

**Denominación:** PLANIFICACIÓN, ORGANIZACIÓN Y CONTROL DE EVENTOS

**Código:** UF0075

**Duración:** 90 horas

**Referente de competencia:** Esta unidad formativa se corresponde con las RP2 y RP3, RP4, RP5, RP6 Y RP7

**Capacidades y criterios de evaluación**

C1: Analizar el turismo de reuniones e identificar sus demandas específicas dentro del sector turístico.

CE1.1 Justificar la evolución y el auge de este segmento del mercado turístico, explicando su situación dentro del mercado nacional e internacional.

CE1.2 Identificar los principales destinos nacionales e internacionales que se han posicionado en este segmento, explicando los factores que lo han hecho posible.

CE1.3 Reconocer los diferentes tipos de eventos más habituales en la actualidad.

CE1.4 Identificar las entidades gestoras y promotoras de eventos, como organizadores profesionales de congresos u OPC, agencias de viajes, departamentos especializados de hoteles y centros de reuniones, instituciones feriales y oficinas de congresos, entre otros, y describir las funciones que realizan en sus respectivos ámbitos de actuación.

CE1.5 Reconocer los diferentes servicios e instalaciones requeridas por los eventos, sus peculiaridades y sus relaciones con los organizadores de eventos:

- Los espacios: palacios y centros de congresos, recintos feriales, hoteles y recintos singulares así como sus accesos, instalaciones, medios tecnológicos y configuración de los espacios.
- Tipología y servicios de los establecimientos de alojamiento.
- Servicios de restauración: tipología y formas de servicio.
- Servicios y métodos de reproducción y proyección de imagen y sonido y de telecomunicaciones.
- Servicios, modalidades y tecnologías para la traducción, tales como interpretación de conferencias, traducción de cintas y locuciones o traducción escrita.
- Métodos y tecnologías de gestión y control de los accesos.
- Servicios y sistemas de montajes de stands y exposiciones.
- Secretaría técnica y secretaría científica.
- Servicios de animación cultural y producción de espectáculos.
- Transportes de acceso a la sede y transportes internos colectivos.
- Servicios de diseño, edición e impresión de materiales gráficos, audiovisuales y digitales.
- Empresas, servicios y funciones de las azafatas de congresos.
- Otros servicios: seguros, asistencia turística, guías, seguridad, decoración, señalética, gabinete de prensa y comunicación, entre otros.

C2: Planificar y presupuestar un evento y definir su programa, identificando las actividades y tareas que se derivan para la entidad gestora.

CE2.1 Identificar y analizar las principales fases en el proyecto de un evento, distinguiendo la planificación, organización, desarrollo y evaluación final del mismo.

CE2.2 Describir los diferentes tipos de actividades propias de los eventos, como sesiones de trabajo, actos institucionales, sociales y culturales, exposiciones comerciales, banquetes o actividades lúdicas.

CE2.3 Identificar y utilizar las fuentes de información sobre destinos, servicios y sus precios, prestatarios e intermediarios que se utilizan para la organización de eventos.

CE2.4 Describir la elaboración de los presupuestos del evento en sus diferentes tipos, tanto para los promotores como para la entidad gestora, estableciendo costes, márgenes y precios, redactando la correspondiente oferta y previendo opciones de variación.

CE2.5 En supuestos de encargo de eventos:

- Elaborar el programa de un evento en función de las especificaciones aportadas y de la tipología de las personas y entidades que intervienen o participan, como compradores, vendedores, expositores, delegados, ponentes, comité organizador y autoridades.
- Definir las gestiones y tareas que debe asumir la entidad gestora.
- Elaborar un calendario y cronograma general del proyecto.
- Evaluar y seleccionar proveedores, definiendo los criterios de selección, efectuando planteamientos de negociación y redactando acuerdos y contratos.
- Elaborar el presupuesto del evento.
- Proponer vías y fuentes de financiación del evento.
- Utilizar programas informáticos específicos para la gestión de eventos.

C3: Aplicar técnicas para el proceso de organización de un evento determinado, analizando la lógica de dicho proceso.

CE3.1 Identificar y describir las actividades que se producen en las diferentes fases de un proyecto de gestión de evento estableciendo sus interrelaciones, determinando su secuencialidad, elaborando el calendario y cronograma, y determinando las acciones de seguimiento del mismo.

CE3.2 Identificar la estructura organizativa del evento y del equipo técnico de gestión de proyecto, indicando funciones y responsabilidades e interrelación con el resto de los equipos que componen la estructura organizativa, determinando los perfiles de los puestos de trabajo correspondientes, y definiendo las técnicas en la gestión de recursos humanos que logren el mejor desempeño.

CE3.3 Definir acciones dirigidas a la captación de participantes, difusión y promoción del evento, así como la captación de patrocinadores y colaboradores, y plantear las vías más adecuadas en función de su eficacia y coste.

CE3.4 Detallar el procedimiento de formalización y control de inscripciones de un evento y realizar, en supuestos prácticos, las acciones propias del mismo, utilizando soportes manuales o informáticos.

CE3.5 Diseñar procedimientos y documentos para los servicios que demandan los promotores y proveedores de servicios.

CE3.6 Diseñar procedimientos y documentos para los procesos administrativos y contables propios de las actividades de los eventos.

CE3.7 En supuestos prácticos, de organización de eventos, determinar la distribución de los espacios requeridos por el evento, teniendo en cuenta aspectos funcionales, comerciales y de seguridad.

CE3.8 Identificar situaciones adversas y circunstancias emergentes que afecten al desarrollo de un evento y plantear acciones preventivas o correctoras de las mismas.

C4: Describir el proceso de evaluación final de un evento, describiendo las actividades de dirección y control inherentes.

CE4.1 Identificar las acciones que deben realizarse para el control del evento, adecuación de los servicios, suministros y espacios a los requerimientos establecidos, y elaborar hojas de comprobación y otras herramientas de evaluación.

CE4.2 Confeccionar cuestionarios de evaluación de la satisfacción de los participantes y promotores, o instrumentos equivalentes, e interpretar los resultados.

CE4.3 Definir el contenido, elementos y formato de un informe final de evento e interpretar, en supuestos prácticos, los balances económicos del promotor y de la entidad gestora.

CE4.4 Aportar propuestas de solución para resolver o mejorar problemas planteados.

CE4.5 Describir y aplicar los procedimientos de atención y resolución de quejas y reclamaciones, identificando la normativa vigente, y cumplimentar registros de indicadores y hojas de toma de datos.

CE4.6 Interpretar y analizar procedimientos e instrucciones de trabajo describiendo su aplicación en supuestos prácticos de evaluación de eventos.

## **Contenidos**

### **1. El turismo de reuniones y su demanda de servicios especializados**

- El turismo de reuniones: concepto y evolución histórica; situación y tendencias; el turismo de reuniones como producto especializado del turismo urbano.
- Las características diferenciadas y específicas de este tipo de demanda.
- Mecanismos de decisión. Impactos en los destinos y en sus restantes productos turísticos.
- Incorporación a la cadena turística de servicios considerados tradicionalmente como servicios a las empresas o no turísticos.
- Agentes turísticos específicos: organizadores profesionales de eventos, agencias de viajes especializadas y otros. Evolución.

### **2. Principales destinos turísticos nacionales e internacionales de turismo de reuniones**

- Factores que determinan la especialización de un destino para turismo de reuniones: imagen de marca, infraestructuras especializadas, capacidad de alojamiento, servicios especializados y oferta complementaria.
- Características y análisis comparativo de los principales destinos de turismo de reuniones a nivel nacional e internacional.

### **3. Los eventos, su tipología y su mercado**

- Tipología de reuniones y eventos: congresos, convenciones, viajes de incentivo, exposiciones y ferias, eventos deportivos y otros.
- El concepto de evento.
- El mercado de eventos. Los promotores de eventos. Las entidades colaboradoras y los patrocinadores. Participantes y acompañantes.
- La gestión de eventos como función emisora y como función receptora.
- Fases del proyecto de un evento:
  - Planificación
  - Organización
  - Desarrollo
  - Evaluación final del evento.

### **4. El evento como proyecto: planificación, presupuestación y organización**

- Fuentes y medios de acceso a la información.
- Criterios de selección de servicios, prestatarios e intermediarios.
- Negociación con proveedores: planteamientos y factores clave. Aspectos re-negociables.
- Infraestructuras especializadas para reuniones, actos y exposiciones.
- Programación del evento: tipología de actos en función de tipología de eventos: sesiones, presentaciones, descansos, comidas, ceremonias, espectáculos y exposiciones.
- Programación de la logística y de los recursos humanos.
- Programación de ofertas pre y post evento en función de la tipología de los participantes, tales como ponentes, delegados, acompañantes, comités organizadores y científicos.
- Gestión de espacios comerciales y de patrocinios.
- Presidencias honoríficas y participación de personalidades.

- Confección de cronogramas.
- Previsión de situaciones emergentes; planes de contingencia; planes de seguridad.
- Presupuestación del evento:
  - Presupuestos cerrados y presupuestos abiertos y sus características.
  - Aspectos financieros
  - Presupuestos y control presupuestario.
  - Análisis de costes.
  - Margen de beneficio.
  - Elaboración de escandallos.

### **5. Servicios requeridos en la organización de eventos**

- Servicios de alojamiento y restauración: Establecimientos. Tipos y características. Formas de servicios. Tarifas.
- Servicios y métodos de reproducción y proyección de imagen y sonido y de telecomunicaciones.
- Servicios, modalidades y tecnologías para la traducción, como interpretación de conferencias, traducción de cintas y locuciones o traducción escrita.
- Métodos y tecnologías de gestión y control de los accesos.
- Servicios y sistemas de montaje de stands y exposiciones.
- Secretaría técnica y secretaría científica.
- Servicios de animación cultural y producción de espectáculos.
- Transportes de acceso a la sede del evento y transportes internos colectivos:
  - El transporte aéreo regular. Principales compañías aéreas. Tipos de viajes aéreos. Tarifas. Procedimientos. Documentación. Operaciones charter y brokers aéreos.
  - El transporte en autocar. Autos de alquiler y traslados en automóvil.
  - Otros medios de transporte.
- Servicios de diseño, edición e impresión de materiales gráficos, audiovisuales y digitales.
- Empresas, servicios y funciones de las azafatas de congresos.
- Otros servicios requeridos en los eventos:
  - Los seguros de viaje y los contratos de asistencia en viaje. Tipos y coberturas. Formalización de pólizas y contratos.
  - Gestión de visados y otra documentación requerida para los viajes.
  - Los servicios de acompañamiento, asistencia y guía turística. Tipos. Características y medios técnicos. Funciones. Normativa reguladora. Tarifas.
  - Los servicios de seguridad: tipos, procedimientos y medios.
  - Servicios de decoración y señalética.
  - Gabinete de prensa y comunicación.
  - Servicios de hospedaje y diseño de páginas web. Dirección a páginas web. Correo electrónico. Boletines electrónicos.

### **6. Aplicaciones informáticas específicas para la gestión de eventos**

- Tipos y comparación.
- Programas a medida y oferta estándar del mercado.
- Aplicación de programas integrales para la gestión de las secretarías técnica y científica, pagos y reservas on-line.

### **7. El evento como proyecto: organización**

- La organización del evento: Definición de funciones y tareas.
- Comités y secretarías: funciones y coordinación.
- Gestión de colaboraciones y patrocinios.
- Soportes y medios para ofrecer información del evento.
- Difusión del evento y captación de participantes.

- Estructura organizativa de un equipo de gestión de eventos.
- Funciones y responsabilidades.
- Procedimientos e instrucciones de trabajo.

#### 8. El evento como proyecto: dirección y control

- Control de inscripciones.
- Control de cobros.
- Confirmaciones de inscripción, asignación de espacios en exposiciones y otras comunicaciones a inscritos.
- Protección de datos personales.
- Documentación del evento.
- Procesos administrativos y contables.
- Seguimiento del proyecto. Actuaciones ante desviaciones.
- Coordinación.
- Evaluación de servicios y suministros.
- Formalización de contratos. Documentación.
- Supervisión y control del desarrollo del evento.
- Coordinación y recursos de comunicación, puntualidad en los actos, protocolo, seguridad, servicio técnico, reclamaciones, quejas, conflictos y otras situaciones emergentes.
- Documentos de control del evento
  - Herramientas de evaluación
  - Hojas de control
  - Registros de indicadores
  - Hojas de tomas de datos
- El informe final del evento
- Balances económicos

### UNIDAD FORMATIVA 2

**Denominación:** COMERCIALIZACION DE EVENTOS

**Código:** UF0076

**Duración:** 30 horas

**Referente de competencia:** Esta unidad formativa se corresponde con la RP1

#### Capacidades y criterios de evaluación

C1: Definir y posicionar ofertas de eventos que contemplen distintos segmentos de mercado y sus necesidades específicas, teniendo en cuenta ventajas competitivas e identificando las vías de comercialización más adecuadas.

CE1.1 Analizar la oferta y demanda de turismo de reuniones o eventos en un mercado o segmento concreto, identificando y caracterizando su público objetivo y las oportunidades de posicionar una oferta.

CE1.2 Utilizar las fuentes de información sobre convocatorias de eventos y determinar los colectivos a los que se dirigen, identificando a sus promotores y los diferentes mecanismos que éstos emplean en la toma de decisión sobre destinos y sedes.

CE1.3 Identificar la información que debe obtenerse de los promotores sobre las especificaciones básicas del evento y las responsabilidades, gestiones y tareas que debe asumir la entidad gestora del mismo.

CE1.4 Elaborar propuestas específicas de organización de reuniones y eventos, ya sean genéricas o bajo supuestos de petición de clientes, describiendo sus

características y el proceso de elaboración.

CE1.5 Identificar y aplicar técnicas de negociación con proveedores y clientes.

CE1.6 Redactar contratos de encargo de gestión de eventos y analizar sus características.

CE1.7 Definir estrategias de comercialización para diferentes ofertas genéricas de eventos, identificando y caracterizando los canales de distribución.

CE1.8 Diseñar acciones y soportes promocionales e instrumentos de captación adaptados a los diferentes tipos de eventos, adecuándolos a diferentes tipos de público objetivo

#### Contenidos

##### 1. Comercialización de la oferta de gestión de eventos

- La oferta de los destinos especializados.
- Vías y fórmulas de comercialización.
- La oferta de los organizadores de eventos. Marca corporativa e imagen
- Público objetivo.
- Canales de distribución. Soportes. Estrategias de distribución.
- Técnicas y estrategias de fidelización.
- Acciones y soportes promocionales.
- La oferta específica: características y presentación.
- Fuentes de información sobre eventos.

##### 2. Comunicación, atención al cliente y técnicas de venta y negociación en la gestión de eventos

- La comunicación interpersonal. Procesos. Barreras. Saber escuchar y preguntar. La comunicación no-verbal. La comunicación telefónica.
- Necesidades humanas y motivación. El proceso decisorio. Las expectativas de los clientes.
- Tipología de clientes.
- La atención al cliente. Actitud positiva y actitud pro-activa. La empatía. Los esfuerzos discrecionales.
- Los procesos de ventas. Fases de la venta y técnicas aplicables. La venta telefónica.
- La negociación. Elementos básicos. La planificación de la negociación. Estrategias y técnicas.
- Tratamiento de reclamaciones, quejas y situaciones conflictivas. Procedimientos. Normativa.
- Normas deontológicas, de conducta y de imagen personal.

### UNIDAD FORMATIVA 3

**Denominación:** GESTIÓN DE PROTOCOLO

**Código:** UF0043

**Duración:** 30 horas

**Referente de competencia:** Esta unidad formativa se corresponde con la RP3, en lo referido a los aspectos protocolarios

#### Capacidades y criterios de evaluación

C1: Aplicar las normas de protocolo utilizadas en diferentes tipos de eventos.

- CE1.1 Explicar el concepto de protocolo, su origen y tipología.
- CE1.2 Enumerar las aplicaciones más habituales de las normas de protocolo, tales como la forma de vestir, etiqueta, normas de cortesía y otras, en función del tipo de evento que se vaya a desarrollar.
- CE1.3 Diferenciar y caracterizar los diferentes tipos de eventos que pueden celebrarse, y que pueden requerir la gestión de protocolo, tales como congresos, convenciones, reuniones, foros y otros.
- CE1.4 En situaciones prácticas de eventos, elegir y aplicar el protocolo que se debe seguir.
- CE1.5 En situaciones prácticas de aplicación de protocolo en la atención a clientes:
- Adoptar una actitud acorde con la situación planteada.
  - Utilizar diferentes formas de saludo.
  - Elegir el vestido en función del contexto dado.
  - Aplicar el estilo de comunicación en función del supuesto dado.
  - Emplear normas de cortesía, tanto presenciales como a distancia.

### **Contenidos**

#### **1. Eventos y protocolo**

- El concepto de protocolo
  - Origen
  - Clases
  - Utilidad
  - Usos sociales
- Clases de protocolo
  - El protocolo institucional tradicional
  - El protocolo empresarial
  - Protocolo internacional
- Descripción de las razones y aplicaciones más habituales del protocolo en diferentes eventos.
- Aplicación de las técnicas de protocolo más habituales
  - Precedencias y tratamientos de autoridades
  - Colocación de participantes en presidencias y actos.
  - Ordenación de banderas.
- Aplicación de las técnicas más habituales de presentación personal.
- El protocolo aplicado a la restauración.
  - Selección de comedor
  - Selección de mesas: únicas o múltiples
  - Elementos de la mesa
  - Servicio personal del plato
  - Decoración y presentación de la mesa
  - La estética de la mesa
  - Colocación protocolaria de presidencias y restantes comensales
  - Conducción de comensales hasta la mesa
  - Normas protocolarias en el momento del discurso y el brindis.
  - Normas protocolarias en el vino de honor, cóctel o recepción, buffet, desayuno de trabajo y coffee-break.

### **Orientaciones metodológicas**

Formación a distancia:

<b>Unidades formativas</b>	<b>Número máximo de horas a impartir a distancia</b>
Unidad formativa 1	80
Unidad formativa 2	20
Unidad formativa 3	20

### **Secuencia:**

Las unidades formativas de este módulo se pueden programar de manera independiente.

### **Criterios de acceso para los alumnos**

Se debe demostrar o acreditar un nivel de competencia en los ámbitos señalados a continuación que asegure la formación mínima necesaria para cursar el módulo con aprovechamiento:

- Comunicación en lengua castellana.
- Competencia matemática.
- Competencia digital.
- Competencias sociales en geografía.

### **MÓDULO FORMATIVO 3**

**Denominación:** GESTIÓN DE UNIDADES DE INFORMACIÓN Y DISTRIBUCIÓN TURÍSTICAS

**Código:** MF0268\_3

**Nivel de cualificación profesional:** 3

**Asociado a la Unidad de Competencia:**

UC0268\_3 Gestionar unidades de información y distribución turísticas

**Duración:** 120 horas

#### **UNIDAD FORMATIVA 1**

**Denominación:** PROCESOS DE GESTIÓN DE UNIDADES DE INFORMACIÓN Y DISTRIBUCIÓN TURÍSTICAS

**Código:** UF0077

**Duración:** 70 horas

**Referente de competencia:** Esta Unidad formativa se corresponde con las RP1, RP2, RP3 y RP4

### **Capacidades y criterios de evaluación**

C1: Analizar la función y el proceso de planificación empresarial o institucional y definir planes que resulten adecuados para unidades de información o distribución de oferta

turística.

CE1.1 Justificar la importancia de la planificación en el proceso de administración empresarial.

CE1.2 Diferenciar los principales tipos de planes empresariales o institucionales para unidades de información o distribución de oferta turística.

CE1.3 Describir las fases y pasos lógicos de un proceso de planificación empresarial o institucional como enfoque racional para establecer objetivos, tomar decisiones y seleccionar medios.

CE1.4 Identificar los elementos básicos para establecer un proceso de dirección por objetivos.

CE1.5 En supuestos prácticos de planificación empresarial o institucional:

- Formular objetivos para una unidad de información o distribución de oferta turística determinada en el marco de hipotéticos planes generales de empresa o entidad.
- Seleccionar las opciones de actuación más convenientes para la consecución de los objetivos propuestos.
- Plantear los programas que se deriven de tales opciones, determinando los medios humanos y materiales necesarios.

CE1.6 Valorar la importancia de la revisión periódica de los planes empresariales en función de la aplicación de los sistemas de control característicos de cada tipo de unidad de información y distribución de oferta turística.

C2: Analizar la gestión y control presupuestarios en el marco de las agencias de viajes, otros distribuidores turísticos y entidades de información turística, identificar costes y elaborar presupuestos económicos que permitan establecer programas de actuación.

CE2.1 Identificar los tipos de costes empresariales y comparar estructuras de costes de distintos tipos de distribuidores turísticos y entidades de información turística.

CE2.2 Calcular costes totales unitarios y márgenes con respecto a los precios de venta de diferentes servicios y productos turísticos.

CE2.3 Justificar la gestión presupuestaria como subfunción empresarial vinculada a las de planificación y control.

CE2.4 Diferenciar los tipos de presupuestos más utilizados por los distribuidores turísticos y entidades de información turística, expresando los objetivos de cada uno de ellos y describir la estructura y las partidas que componen dichos presupuestos.

CE2.5 Identificar las variables que se deben tener en cuenta en la confección de presupuestos.

CE2.6 En determinadas situaciones propias de agencias de viajes, y a partir de unos supuestos objetivos económicos de producto, de costes directos e indirectos y de volumen de negocio para períodos de tiempo establecidos:

- Elaborar presupuestos económicos para establecer programas de actuación en el marco de los períodos fijados.
- Determinar los costes de los distintos recursos.
- Calcular el punto muerto de explotación y los niveles de productividad.

CE2.7 En casos prácticos de gestión y control presupuestarios en el marco de las agencias de viajes, y partiendo de las previsiones presupuestarias correspondientes y de los resultados reales obtenidos:

- Calcular las desviaciones.
- Analizar las causas de su aparición y los efectos que producen.
- Proponer soluciones alternativas, estableciendo métodos de seguimiento y control presupuestario.

CE2.8 Asumir la necesidad de intervenir en los procesos de control económico de la unidad de información y distribución turísticas con un alto sentido de la responsabilidad y honradez personales.

C3: Analizar estructuras organizativas y funcionales propias de diferentes tipos de distribuidores turísticos y entidades de información turística, y su entorno de relaciones internas y externas, justificando estructuras organizativas y tipo de relaciones adecuadas a cada tipo de empresa o entidad.

CE3.1 Clasificar y caracterizar los diferentes tipos de distribuidores turísticos y de entidades que prestan información turística.

CE3.2 Describir los factores y criterios de estructuración que determinan una organización eficaz.

CE3.3 Comparar las estructuras y relaciones departamentales más características de los distintos tipos de agencias de viajes, otros distribuidores turísticos y entidades de información turística, identificando los objetivos de cada departamento o entidad y la consecuente distribución de funciones.

CE3.4 Describir los circuitos, tipos de información y documentos internos y externos que se generan en el marco de tales estructuras y relaciones interdepartamentales.

CE3.5 Describir las relaciones externas de las agencias de viajes, otros distribuidores turísticos y las entidades de información turística con otras empresas o instituciones, y las relaciones internas características.

CE3.6 A partir de estructuras organizativas y funcionales de distribuidores turísticos y entidades de información turística:

- Evaluar la organización, juzgando críticamente las soluciones organizativas adoptadas.
- Proponer soluciones y organigramas alternativos a las estructuras y relaciones interdepartamentales caracterizadas, justificando los cambios introducidos en función de una organización más eficaz.

CE3.7 Describir los puestos de trabajo más característicos de las agencias de viajes, otros distribuidores turísticos y entidades de información turística, caracterizándolos por la competencia profesional expresada en término de capacidades y logros a los niveles requeridos en el mundo laboral.

CE3.8 En casos prácticos de diferentes tipos de distribuidores turísticos y entidades de información turística:

- Definir los límites de responsabilidad, funciones y tareas de cada componente de los equipos de trabajo de la unidad.
- Estimar los tiempos de trabajo de las actividades profesionales más significativas.

C4: Analizar los métodos para la definición de puestos de trabajo y selección de personal apropiados para empresas de distribución y entidades de información turísticas, comparándolos críticamente.

CE4.1 Comparar críticamente los principales métodos para la definición de puestos correspondientes a trabajadores cualificados de la unidad.

CE4.2 Comparar críticamente los principales métodos para la selección de trabajadores cualificados de la unidad.

C5: Analizar las funciones de integración y dirección de personal, utilizando las técnicas aplicables en unidades de información y distribución turísticas.

CE5.1 Justificar la finalidad de la función de integración como complementaria de la función de organización.

CE5.2 En diversas situaciones prácticas de integración y dirección de personal:

- Dar una breve información sobre la unidad, su organización y su imagen corporativa, utilizando material audiovisual.



- Aplicar técnicas para la comunicación intragrupal entre los supuestos miembros antiguos y nuevos de la unidad, simulando delegaciones de autoridad, animando a la iniciativa personal y a la creatividad y exigiendo responsabilidades como medida de motivación.

CE5.3 Explicar la lógica de los procesos de toma de decisiones.

CE5.4 Justificar la figura del directivo y del líder en una organización.

CE5.5 Describir las técnicas de dirección y dinamización de equipos y reuniones de trabajo aplicables a unidades de información y distribución turísticas.

CE5.6 Justificar los procesos de motivación del personal adscrito a unidades de información y distribución turísticas.

CE5.7 En supuestos prácticos de relaciones jerárquicas entre miembros de unidades de información y distribución turísticas:

- Utilizar eficazmente las técnicas de comunicación idóneas para recibir y emitir instrucciones e información, intercambiar ideas u opiniones, asignar tareas y coordinar planes de trabajo.
- Intervenir en los supuestos conflictos originados mediante la negociación y la consecución de la participación de todos los miembros del grupo en la detección del origen del problema, evitando juicios de valor y resolviendo el conflicto, centrándose en aquellos aspectos que se puedan modificar.
- Adoptar las decisiones idóneas en función de las circunstancias que las propician y las opiniones de los demás respecto a las vías de solución posibles.
- Ejercer el liderazgo, de una manera efectiva, en el marco de sus competencias profesionales, adoptando el estilo más apropiado en cada situación.
- Dirigir equipos de trabajo, integrando y coordinando las necesidades del grupo en el marco de objetivos, políticas o directrices predeterminados.
- Dirigir, animar y participar en reuniones de trabajo, dinamizándolas, colaborando activamente o consiguiendo la colaboración de los participantes, y actuando de acuerdo con los fines de la reunión.

## **Contenidos**

### **1. La planificación en las empresas y entidades de distribución e información turísticas**

- La planificación en el proceso de administración.
- Principales tipos de planes: objetivos, estrategias y políticas; relación entre ellos.
- Pasos lógicos del proceso de planificación como enfoque racional para establecer objetivos, tomar decisiones y seleccionar medios.
- Revisión periódica de los planes en función de la aplicación de los sistemas de control característicos de estas empresas.

### **2. Gestión y control presupuestarios en unidades de distribución e información turísticas**

- La gestión presupuestaria en función de sus etapas fundamentales: previsión, presupuesto y control.
- Concepto y propósito de los presupuestos en las unidades de información y distribución turísticas.
- Definición de ciclo presupuestario.
- Diferenciación y elaboración de los tipos de presupuestos característicos de unidades de distribución e información turísticas.

### **3. Estructura financiera de las agencias de viajes y otros distribuidores turísticos**

- Identificación y caracterización de fuentes de financiación.
- Relación óptima entre recursos propios y ajenos.
- Ventajas y desventajas de los principales métodos para evaluar inversiones según cada tipo de agencia de viajes y distribuidor turístico.

- Aplicaciones informáticas.

### **4. Evaluación de costes, productividad y análisis económico para agencias de viajes y otros distribuidores turísticos**

- Estructura de la cuenta de resultados en las agencias de viajes y distribuidores turísticos.
- Tipos y cálculo de costes empresariales específicos.
- Aplicación de métodos para la determinación, imputación, control y evaluación de consumos y atenciones a clientes de servicios turísticos.
- Cálculo y análisis de niveles de productividad y de puntos muertos de explotación o umbrales de rentabilidad, utilizando herramientas informáticas.
- Identificación de parámetros establecidos para evaluar: Ratios y porcentajes. Márgenes de beneficio y rentabilidad.

### **5. La organización en las agencias de viajes, otros distribuidores turísticos y entidades de información turística**

- Interpretación de las diferentes normativas sobre autorización y clasificación de agencias de viajes y entidades de información turística.
- Tipología y clasificación de estas entidades.
- Naturaleza y propósito de la organización y relación con otras funciones gerenciales.
- Patrones básicos de departamentalización tradicional en empresas de distribución y entidades de información turísticas: ventajas e inconvenientes.
- Estructuras y relaciones departamentales y externas características de estas entidades.
- Diferenciación de los objetivos de cada departamento o unidad y distribución de funciones.
- Circuitos, tipos de información y documentos internos y externos que se generan en el marco de tales estructuras y relaciones interdepartamentales.
- Principales métodos para la definición de puestos correspondientes a trabajadores cualificados de la empresa o entidad. Aplicaciones.

### **6. La función de integración de personal en unidades de distribución e información turísticas**

- Definición y objetivos.
- Relación con la función de organización.
- Programas de formación para personal dependiente: análisis, comparación y propuestas razonadas.
- Técnicas de comunicación y de motivación adaptadas a la integración de personal: identificación y aplicaciones.

### **7. La dirección de personal en unidades de distribución e información turísticas**

- La comunicación en las organizaciones de trabajo: procesos y aplicaciones.
- Negociación en el entorno laboral: procesos y aplicaciones.
- Solución de problemas y toma de decisiones.
- La dirección y el liderazgo en las organizaciones: justificación y aplicaciones.
- Dirección y dinamización de equipos y reuniones de trabajo.
- La motivación en el entorno laboral.

### **8. Aplicaciones informáticas específicas para la gestión de unidades de información y distribución turísticas**

- Tipos y comparación.
- Programas a medida y oferta estándar del mercado.
- Aplicación de programas integrales para la gestión de las unidades de información y distribución turísticas.

**UNIDAD FORMATIVA 2**

**Denominación:** PROCESOS DE GESTIÓN DE CALIDAD EN HOSTELERÍA Y TURISMO

**Código:** UF0049

**Duración:** 50 horas

**Referente de competencia:** Esta Unidad formativa se corresponde con la RP5

**Capacidades y criterios de evaluación**

C1: Analizar sistemas y planes de calidad aplicables a empresas de hostelería y turismo.  
CE1.1 Explicar el concepto de calidad, justificando su aplicación en el sector de la hostelería y el turismo.

CE1.2 Describir la función de gestión de la calidad en relación con los objetivos de la empresa y de los diferentes departamentos de establecimientos de hostelería y turismo.

CE1.3 Colaborar en la implantación de un sistema de calidad, interpretando y aplicando las correspondientes normas de calidad, estableciendo objetivos, identificando factores clave y barreras, y definiendo el programa para su implementación en lo referente a las actuaciones que se deban realizar y sus plazos.

CE1.4 Identificar y valorar las dimensiones y atributos de calidad del producto, y diseñar y definir los servicios de los respectivos departamentos, determinando y elaborando las necesarias especificaciones de calidad y estándares de calidad del servicio, normas, procedimientos e instrucciones de trabajo entre otras.

CE1.5 A partir de un plan de calidad de un proceso de producción o servicio de hostelería y turismo:

- Analizar los elementos del plan de calidad en relación con sus objetivos.
- Interpretar y manejar con destreza el manual de calidad y el manual de procedimientos.

CE1.6 Argumentar la necesaria participación personal en la aplicación de la gestión de la calidad como factor que facilita el logro de mejores resultados y una mayor satisfacción de los usuarios de servicios.

C2: Definir o realizar procesos de control de calidad de los servicios y productos de hostelería y turismo, identificando las características de calidad más significativas.

CE2.1 Describir los instrumentos y dispositivos de control de calidad utilizados en el sector.

CE2.2 Describir las características de calidad más significativas de los productos y servicios propios del sector.

CE2.3 Establecer e interpretar indicadores de la calidad propios de los departamentos del área de alojamiento, y elaborar cuestionarios sencillos que permitan medir el nivel de satisfacción de los clientes con respecto a los mismos.

CE2.4 Analizar un proceso productivo o de servicio totalmente definido de hostelería y turismo:

- Determinar las expectativas y necesidades de los clientes, internos y externos, para identificar las posibilidades reales de satisfacción en relación con el producto o servicio.
- Identificar las características de calidad del producto o servicio que deben ser controladas.
- Identificar factores causa-efecto que intervienen en la variabilidad de las características de calidad.

- Seleccionar las fases de control del proceso.
- Seleccionar los procedimientos de control.
- Reconocer los aspectos y parámetros que hay que controlar.
- Describir los principales métodos, equipos e instrumentos utilizados en el muestreo y control de la producción o servicio.
- Indicar los momentos o fases del proceso en que se realiza el control.

CE2.5 Gestionar la documentación e información propia del sistema de calidad implantado, determinando los registros necesarios y el procedimiento aplicable.

CE2.6 Realizar procesos de control de calidad de determinados servicios y productos de hostelería y turismo:

- Efectuando el registro de aquellos datos que afecten a su puesto de trabajo, en relación con los objetivos de calidad, para verificar su cumplimiento de acuerdo con los patrones y estándares fijados.
- Reconociendo y detectando aquellas situaciones que, en apariencia, pueden suponer debilidades del servicio para su inclusión en los dispositivos que faciliten información veraz acerca de las mismas.
- Organizando el desarrollo de encuestas para la recopilación de datos y propuestas.
- Proponer los ajustes metodológicos que podrían mejorar los procesos de recogida de datos.

C3: Evaluar los resultados de los datos obtenidos durante los procesos de control de productos o servicios del sector de hostelería y turismo, proponiendo actuaciones para la mejora continua.

CE3.1 En un supuesto práctico de mejora continua:

- Recopilar y, en su caso, resumir en los correspondientes registros e indicadores, los datos destinados al análisis que permita establecer un diagnóstico objetivo de la situación.
- Analizar los gráficos de control estadístico utilizados, interpretando las tendencias que puedan derivarse de los mismos.
- Establecer, a su nivel, conclusiones acerca de los datos recogidos para detectar posibles debilidades, identificando las causas de las desviaciones o anomalías en los productos o servicios.
- Proponer acciones preventivas o correctivas así como revisar las ya implantadas, para verificar su efectividad.

**Contenidos****1. La cultura de la calidad en las empresas y/o entidades de hostelería y turismo**

- El concepto de calidad y excelencia en el servicio hostelero y turístico.
  - o Necesidad de aseguramiento de la calidad en la empresa hostelera y turística.
  - o El coste de medición y mejora de la calidad
  - o Calidad y productividad.
  - o Calidad y gestión del rendimiento.
  - o Herramientas la calidad y la no calidad.
- Sistemas de calidad: implantación y aspectos claves.
  - o El modelo EFQM
- Aspectos legales y normativos
  - o Legislación nacional e internacional
  - o Normalización, acreditación y certificación
- El plan de turismo español Horizonte 2020

**2. La gestión de la calidad en la organización hostelera y turística**

- Organización de la calidad

- Enfoque de los Sistemas de Gestión de la Organización.
- Compromiso de la Dirección
- Coordinación
- Evaluación
- Gestión por procesos en hostelería y turismo
  - Identificación de procesos.
  - Planificación de procesos.
  - Medida y mejora de procesos.

### 3. Procesos de control de calidad de los servicios y productos de hostelería y turismo.

- Procesos de producción y servicio
  - Comprobación de la Calidad
  - Organización y Métodos de Comprobación de la Calidad.
- Supervisión y medida del proceso y producto/servicio
  - Satisfacción del cliente
  - Supervisión y medida de productos/servicios
- Gestión de los datos
  - Objetivos
  - Sistema de información de la calidad a la Dirección.
  - Informes.
  - La calidad asistida por ordenador.
  - Métodos estadísticos.
- Evaluación de resultados
- Propuestas de mejora

#### Orientaciones metodológicas

Formación a distancia:

Unidades formativas	Número máximo de horas a impartir a distancia
Unidad formativa 1	70
Unidad formativa 2	50

Secuencia:

Las unidades formativas de este módulo se pueden programar de manera independiente.

#### Criterios de acceso para los alumnos

Se debe demostrar o acreditar un nivel de competencia en los ámbitos señalados a continuación que asegure la formación mínima necesaria para cursar el módulo con aprovechamiento:

- Comunicación en lengua castellana.
- Competencia matemática.
- Competencia digital.
- Competencias sociales en geografía.

### MÓDULO FORMATIVO 4

**Denominación:** INGLÉS PROFESIONAL PARA TURISMO

**Código:** MF1057\_2

**Nivel de cualificación profesional:** 2

**Asociado a la Unidad de Competencia:**

UC1057\_2 Comunicarse en inglés, con un nivel de usuario independiente, en las actividades turísticas

**Duración:** 90 horas

#### Capacidades y criterios de evaluación

C1: Interpretar mensajes orales de complejidad media en inglés, expresados por los clientes y proveedores a velocidad normal, emitidos en el ámbito de la actividad turística.

CE1.1 Interpretar los aspectos generales de mensajes orales emitidos en inglés y reconocer con precisión el propósito del mensaje en situaciones profesionales, tales como:

- Atención directa al cliente de agencias de viajes, alojamientos, oficinas de información turística, eventos y medios de transporte marítimo y ferroviario, a su llegada, durante su estancia y a su salida.
- Resolución de contingencias, situaciones de emergencia y deficiencias producidas durante la prestación de un servicio.
- Resolución de quejas y reclamaciones.
- Información y asesoramiento sobre destinos, servicios, productos, tarifas, viajes combinados, trayectos, paradas y escalas.
- Demanda de información variada por parte del cliente o profesional del sector.
- Atención a proveedores, agencias de viaje y profesionales.
- Gestión de reservas y otros servicios de agencias de viajes y alojamientos.
- Confirmación de los servicios contratados a los clientes y con los proveedores.
- Promoción de un viaje, evento o zona turística entre clientes actuales y potenciales.
- Venta u ofrecimiento de servicios y productos turísticos o promocionales.
- Negociación con clientes o profesionales del sector de acuerdos de prestación de servicios, colaboración o contratación.

CE1.2 Interpretar de forma general mensajes orales emitidos en inglés en situaciones profesionales simuladas bajo condiciones que afectan a la comunicación, tales como:

- Comunicación presencial o telefónica, mensaje grabado y megafonía.
- Comunicación formal o informal.
- Aspectos no verbales.
- Número y características de los interlocutores.
- Costumbres en el uso de la lengua y distintos acentos.
- Claridad de la pronunciación.
- Ruido ambiental, interferencias y distorsiones.

C2: Interpretar los aspectos generales de mensajes y documentos de cierta complejidad escritos en inglés, recibidos o utilizados en el ámbito de la actividad turística, extrayendo la información relevante.

CE2.1 Interpretar de forma general los mensajes, instrucciones y documentos, recibidos o utilizados en inglés y reconocer su propósito con precisión, en situaciones profesionales, tales como:

- Consulta de manuales de maquinaria, equipamiento o utensilio de la actividad

turística.

- Consulta de manuales de aplicación informática.
- Petición de información, reservas y pedidos.
- Lectura de mensajes, cartas, faxes o correos electrónicos.
- Información sobre destinos, servicios y precios.

CE2.2 Interpretar de forma general mensajes escritos en inglés, en situaciones profesionales simuladas bajo condiciones que afectan a la comunicación, tales como:

- Canal de la comunicación, como fax, e-mail o carta.
- Costumbres en el uso de la lengua.
- Grafía deficiente.
- Impresión de baja calidad.

C3: Producir con fluidez mensajes orales en inglés medianamente complejos, referidos al contexto profesional del turismo.

CE3.1 Expresar oralmente en inglés, pronunciando con fluidez, claridad y corrección, fórmulas de cortesía aprendidas, y frases complejas que emplean un vocabulario amplio, en situaciones profesionales, tales como:

- Atención directa al cliente de agencias de viajes, alojamientos, oficinas de información turística, eventos y medios de transporte marítimo y ferroviario, a su llegada, durante su estancia y a su salida.
- Resolución de contingencias, situaciones de emergencia y deficiencias producidas durante la prestación de un servicio.
- Resolución de quejas y reclamaciones.
- Información y asesoramiento sobre destinos, servicios, productos, tarifas, viajes combinados, trayectos, paradas y escalas.
- Demanda de información variada por parte del cliente o profesional del sector.
- Atención a proveedores, agencias de viaje y profesionales.
- Gestión de reservas y otros servicios de agencias de viajes y alojamientos.
- Confirmación de los servicios contratados a los clientes y con los proveedores.
- Promoción de un establecimiento, viaje, evento o zona turística entre clientes actuales y potenciales.
- Venta u ofrecimiento de servicios y productos turísticos o promocionales.
- Negociación con clientes o profesionales del sector de acuerdos de prestación de servicios, colaboración o contratación.
- Información y formación para implantar sistemas de calidad turística.

CE3.2 Producir mensajes orales con claridad y coherencia, adecuando el tipo de mensaje y el registro a las condiciones de una situación profesional simulada que pueden afectar a la comunicación, tales como:

- Comunicación presencial o telefónica.
- Comunicación formal o informal.
- Costumbres en el uso de la lengua.
- Número y características de los interlocutores.
- Ruido ambiental o interferencias.
- Tiempo del que se dispone para la comunicación.

C4: Producir en inglés documentos escritos, correctos gramatical y ortográficamente, utilizando un vocabulario amplio, propio del ámbito profesional del turismo.

CE4.1 Producir en inglés mensajes e instrucciones escritas, ajustadas a criterios de corrección gramatical y ortográfica y que emplean un vocabulario amplio, en situaciones profesionales, tales como:

- Avisos para clientes de un evento.
- Documentos relacionados con la gestión y comercialización de una agencia de viajes.

- Reservas y venta de servicios y productos turísticos.
- Atención por escrito de demandas informativas de clientes o profesionales del sector.
- Gestión de reservas y confirmación de servicios por escrito.
- Resolución de quejas y reclamaciones por escrito.
- Formalización de documentos de control, contratos y bonos.
- Elaboración de informes.
- Solicitud por escrito de información a clientes, proveedores y profesionales del sector.
- Información básica sobre eventos en restauración, como fecha, lugar y precio.
- Redacción de información de interés general para el cliente, tales como horarios, fechas y avisos.

CE4.2 Producir en inglés mensajes e instrucciones escritas, ajustadas a criterios de corrección gramatical y ortográfica, adecuando el mensaje, el soporte y el medio a las condiciones de una situación profesional simulada, que afectan a la comunicación, tales como:

- Comunicación formal o informal.
- Costumbres en el uso de la lengua.
- Características de los receptores del mensaje.
- Calidad de la impresión o de la grafía.

C5: Comunicarse oralmente con uno o varios interlocutores en inglés estándar, expresando e interpretando con fluidez, mensajes medianamente complejos en distintas situaciones, formales e informales, propias de los servicios turísticos.

CE5.1 Interaccionar con uno o varios interlocutores en inglés, en situaciones profesionales, tales como:

- Atención directa al cliente de agencias de viajes, alojamientos, oficinas de información turística, eventos y medios de transporte marítimo y ferroviario, a su llegada, durante su estancia y a su salida.
- Resolución de contingencias, situaciones emergentes y deficiencias producidas durante la prestación de un servicio.
- Resolución de quejas y reclamaciones.
- Información y asesoramiento sobre destinos, servicios, productos, tarifas, viajes combinados, trayectos, paradas y escalas.
- Demanda de información variada por parte del cliente o profesional del sector.
- Atención a proveedores, agencias de viaje y profesionales.
- Gestión de reservas y otros servicios de agencias de viajes y alojamientos.
- Confirmación de los servicios contratados a los clientes y con los proveedores.
- Promoción de un establecimiento, viaje, evento o zona turística entre clientes actuales y potenciales.
- Venta u ofrecimiento de servicios y productos turísticos o promocionales.
- Negociación con clientes o profesionales del sector de acuerdos de prestación de servicios, colaboración o contratación.

CE5.2 Resolver situaciones de interacción en inglés, bajo condiciones, que afectan a la comunicación, tales como:

- Comunicación presencial o telefónica.
- Comunicación formal o informal.
- Costumbres en el uso de la lengua.
- Número y características de los interlocutores.
- Claridad en la pronunciación y distintos acentos.
- Ruido ambiental o interferencias frecuentes en los establecimientos de hostelería y turismo, en transportes, parques temáticos, de ocio y congresos.
- Tiempo del que se dispone para la comunicación.

## Contenidos

### **1. Gestión y comercialización en inglés de servicios turísticos**

- Presentación de servicios turísticos: características de productos o servicios, medidas, cantidades, servicios añadidos, condiciones de pago y servicios postventa, entre otros.
- Gestión de reservas de destinos o servicios turísticos.
- Emisión de billetes, bonos y otros documentos propios de la comercialización de un servicio turístico.
- Negociación con proveedores y profesionales del sector de la prestación de servicios turísticos.
- Gestión de reservas de habitaciones y otros servicios del establecimiento hotelero.
- Cumplimentación de documentos propios de la gestión y comercialización de un establecimiento hotelero.

### **2. Prestación de información turística en inglés**

- Solicitud de cesión o intercambio de información entre centros o redes de centros de información turística.
- Gestión de la información sobre proveedores de servicios, precios y tarifas y prestación de la misma a clientes.
- Prestación de información de carácter general al cliente sobre destinos, rutas, condiciones meteorológicas, entorno y posibilidades de ocio.
- Elaboración de listados de recursos naturales de la zona, de actividades deportivas y/o recreativas e itinerarios, especificando localización, distancia, fechas, medios de transporte o formas de acceso, tiempo a emplear y horarios de apertura y cierre.
- Información sobre la legislación ambiental que afecta al entorno y a las actividades de ocio que en su marco se realizan.
- Sensibilización del cliente en la conservación de los recursos ambientales utilizados.
- Recogida de información del cliente sobre su satisfacción con los servicios del alojamiento turístico.

### **3. Atención al cliente de servicios turísticos en inglés**

- Terminología específica en las relaciones turísticas con clientes.
- Usos y estructuras habituales en la atención turística al cliente o consumidor: saludos, presentaciones y fórmulas de cortesía habituales.
- Diferenciación de estilos, formal e informal, en la comunicación turística oral y escrita.
- Tratamiento de reclamaciones o quejas de los clientes o consumidores: situaciones habituales en las reclamaciones y quejas de clientes.
- Simulación de situaciones de atención al cliente y resolución de reclamaciones con fluidez y naturalidad.
- Comunicación y atención, en caso de accidente, con las personas afectadas.

## Orientaciones metodológicas

### Formación a distancia:

Nº máximo de horas a impartir a distancia: 70

### Criterios de acceso para los alumnos

Se debe demostrar o acreditar un nivel mínimo de competencia B1.1 en comunicación en lenguas extranjeras según el Marco Común Europeo de las Lenguas.

Se debe demostrar o acreditar un nivel de competencia en los ámbitos señalados a continuación que asegure la formación mínima necesaria para cursar el módulo con aprovechamiento:

- Comunicación en lengua castellana.
- Comunicación en lenguas extranjeras.
- Competencia digital.

## **MÓDULO DE PRÁCTICAS PROFESIONALES NO LABORALES DE CREACIÓN Y GESTIÓN DE VIAJES COMBINADOS Y EVENTOS**

**Código:** MP0018

**Duración:** 60 horas.

### Capacidades y criterios de evaluación

C1: Observar las relaciones comerciales, operativas y contractuales de las agencias de viajes y *tour*-operadores con los diferentes proveedores de servicios turísticos.

CE1.1 Confeccionar documentos o mensajes de petición de cotizaciones o reserva de servicios, y elaborar y cumplimentar contratos para distintos tipos de servicios, incluyendo contratos de fletamento de medios de transporte, contratos de contingente en establecimientos de alojamiento y otros.

CE1.2 Observar la aplicación de las técnicas de comunicación y negociación adecuadas en relaciones con proveedores de servicios en circunstancias y escenarios diversos

CE1.3 Asistir en la solución de conflictos entre las partes mediante planteamientos adecuados

C2: Colaborar en los procesos de elaboración, programación, operación de viajes combinados y productos similares, identificando y aplicando procedimientos, técnicas y recursos tecnológicos

CE2.1 Identificar y formalizar los documentos apropiados para la elaboración de viajes combinados, excursiones o traslados para asegurar las prestaciones de los servicios incluidos, y observar los controles necesarios para asegurar la operación y el cumplimiento de las acciones programadas, indicando las medidas correctivas adecuadas ante determinadas desviaciones.

CE2.2 Identificar y cumplimentar documentos administrativos y contables propios de las operaciones de viajes combinados, excursiones y traslados, y redactar informes de evaluación tanto de forma manual como informática.

CE2.3 Utilizar programas informáticos de hoja de cálculo para la elaboración de escandallos de viajes combinados, excursiones y traslados.

CE2.4 En la elaboración de viajes combinados, excursiones o traslados en la agencia, definida la demanda a que se destinan y otros datos caracterizadores, y utilizando los soportes informativos, recursos tecnológicos, como Internet, programas informáticos de hoja de cálculo y programas específicos para agencias de viajes, así como los datos aportados:

- Considerar y proponer posibles itinerarios y características del producto.
- Considerar y proponer los servicios y otros componentes del producto.
- Asistir en la propuesta de prestatarios de los servicios y obtener precios y tarifas de servicios.
- Colaborar en la elaboración del presupuesto, determinando costes, retribuciones a minoristas, márgenes de beneficio, precios de venta, umbrales de rentabilidad y otros indicadores económicos de interés.

- Colaborar en la propuesta de presentación del producto elaborado, para diseñar su oferta final.

C3: Colaborar durante los procesos de ventas y reservas de viajes combinados, excursiones y traslados, y aplicar los procedimientos establecidos, utilizando los soportes manuales o informáticos de uso habitual en el sector.

CE3.1 Utilizar programas informáticos de gestión de reservas o CRS, sistemas de distribución global o GDS y programas informáticos de tratamiento de texto.

CE3.2 En solicitudes de reservas de viajes combinados, excursiones o traslados, y utilizando soportes y recursos tecnológicos:

- Colaborar en la atención de solicitudes de reserva identificando la información que debe requerirse al cliente.
- Comprobar la disponibilidad de plazas y argumentar en función de la situación planteada, ofreciendo alternativas en caso necesario, con el fin de lograr la venta.
- Asistir en el registro de los datos en el soporte elegido y redactar mensajes de solicitud de confirmación de servicios a proveedores.
- Informar al cliente de la situación de la reserva reconfirmando sus términos, precios y servicios.

C4: Colaborar en la definición de ofertas de eventos que contemplen distintos segmentos de mercado y sus necesidades específicas, teniendo en cuenta ventajas competitivas e identificando las vías de comercialización más adecuadas.

CE4.1 Utilizar las fuentes de información sobre convocatorias de eventos y determinar los colectivos a los que se dirigen, identificando a sus promotores y los diferentes mecanismos que éstos emplean en la toma de decisión sobre destinos y sedes.

CE4.2 Identificar la información que debe obtenerse de los promotores sobre las especificaciones básicas del evento y las responsabilidades, gestiones y tareas que debe asumir la entidad gestora del mismo.

CE4.3 Colaborar en la elaboración de propuestas específicas de organización de reuniones y eventos, ya sean genéricas o bajo supuestos de petición de clientes, describiendo sus características y el proceso de elaboración.

CE4.4 Observar e identificar las técnicas de negociación con proveedores y clientes.

CE4.5 Colaborar en la redacción de contratos de encargo de gestión de eventos y analizar sus características.

CE4.6 Colaborar en la definición de estrategias de comercialización para diferentes ofertas genéricas de eventos, identificando y caracterizando los canales de distribución y en el diseño de acciones y soportes promocionales e instrumentos de captación adaptados a los diferentes tipos de eventos, adecuándolos a diferentes tipos de público objetivo

C5: Colaborar en la planificación, presupuestación y organización de un evento, identificando las actividades y tareas que se derivan para la entidad gestora.

CE5.1 Colaborar en la elaboración de los presupuestos del evento en sus diferentes tipos, tanto para los promotores como para la entidad gestora, estableciendo costes, márgenes y precios, redactando la correspondiente oferta y previendo opciones de variación.

CE5.2 En encargo de eventos:

- Colaborar en la elaboración del programa de un evento en función de las especificaciones aportadas y de la tipología de las personas y entidades que intervienen o participan, como compradores, vendedores, expositores, delegados, ponentes, comité organizador y autoridades.
- Definir las gestiones y tareas que debe asumir la entidad gestora.
- Colaborar en la elaboración de un calendario y cronograma general del proyecto.

- Observar la evaluación y selección de proveedores, identificando los criterios de selección, observando los planteamientos de negociación y colaborando en la redacción de acuerdos y contratos.
- Colaborar en la elaboración del presupuesto del evento.
- Ayudar en la propuesta de vías y fuentes de financiación del evento.
- Utilizar programas informáticos específicos para la gestión de eventos.

CE5.3 Observar las acciones dirigidas a la captación de participantes, difusión y promoción del evento, así como la captación de patrocinadores y colaboradores, y analizar las vías más adecuadas en función de su eficacia y coste.

CE5.4 Colaborar en el procedimiento de formalización y control de inscripciones de un evento y realizar las acciones propias del mismo, utilizando soportes manuales o informáticos.

CE5.5 Colaborar en la determinación para la distribución de los espacios requeridos por el evento, teniendo en cuenta aspectos funcionales, comerciales, protocolarios y de seguridad.

CE5.6 Identificar situaciones adversas y circunstancias emergentes que afecten al desarrollo de un evento y plantear acciones preventivas o correctoras de las mismas.

CE5.7 Definir el contenido, elementos y formato de un informe final de evento e interpretar los balances económicos del promotor y de la entidad gestora.

C6: Colaborar en el proceso de programación y definición de planes que resulten adecuados para unidades de información o distribución de oferta turística.

CE6.1 En casos de planificación empresarial o institucional:

- Colaborar en la formulación de objetivos para una unidad de información o distribución de oferta turística determinada en el marco de planes generales de empresa o entidad.
- Observar la selección de las opciones de actuación más convenientes para la consecución de los objetivos propuestos.
- Identificar los programas que se deriven de tales opciones, observando la determinación de los medios humanos y materiales necesarios.

CE6.2 Observar la importancia de la revisión periódica de los planes empresariales en función de la aplicación de los sistemas de control característicos de cada tipo de unidad de información y distribución de oferta turística.

C7: Colaborar en la gestión y control presupuestarios en el marco de las agencias de viajes, empresas de gestión de eventos y otros distribuidores turísticos y entidades de información turística, identificar costes y colaborar en la elaboración de presupuestos económicos.

CE7.1 Colaborar en el cálculo de costes totales unitarios y márgenes con respecto a los precios de venta de diferentes servicios y productos turísticos.

CE7.2 En determinadas situaciones propias de agencias de viajes, empresas de gestión de eventos y unidades de información y distribución turística y a partir de unos objetivos económicos de producto, de costes directos e indirectos y de volumen de negocio para periodos de tiempo establecidos:

- Colaborar en la elaboración de presupuestos económicos para establecer programas de actuación en el marco de los periodos fijados.
- Colaborar en la determinación de los costes de los distintos recursos.
- Colaborar en el cálculo del punto muerto de explotación y los niveles de productividad.

CE7.3 En casos de gestión y control presupuestarios y partiendo de las previsiones presupuestarias correspondientes y de los resultados reales obtenidos:

- Colaborar en el cálculo de las desviaciones.
- Colaborar en el análisis de las causas de su aparición y los efectos que producen.
- Ayudar en la propuesta de soluciones alternativas, colaborando en el establecimiento de métodos de seguimiento y control presupuestario.

C8: Observar la aplicación de técnicas de integración y dirección de personal utilizadas en agencias de viajes, empresas de gestión de eventos y unidades de información y distribución turísticas

CE8.1 Observar la utilización eficaz de las técnicas de comunicación idóneas para recibir y emitir instrucciones e información, intercambiar ideas u opiniones, asignar tareas y coordinar planes de trabajo.

CE8.2 Observar la intervención en conflictos originados y su solución mediante la negociación y la consecución de la participación de todos los miembros del grupo en la detección del origen del problema, evitando juicios de valor y resolviendo el conflicto, centrándose en aquellos aspectos que se puedan modificar.

CE8.3 Observar como se ejerce el liderazgo, de una manera efectiva, adoptando el estilo más apropiado en cada situación y dirigiendo equipos de trabajo, integrando y coordinando las necesidades del grupo en el marco de objetivos, políticas o directrices predeterminados.

CE8.4 Participar en reuniones de trabajo, colaborando activamente o consiguiendo la colaboración de los participantes, y actuando de acuerdo con los fines de la reunión.

CE8.5 En diversas situaciones de integración personal:

- Observar como se asigna e integra a los nuevos empleados, y en función de los puestos a cubrir y se les concede un período determinado de adaptación a los mismos.
- Observar las operaciones y procesos más significativos que cada nuevo empleado debe desarrollar e identificar los criterios que permitan evaluar el desempeño profesional y sus resultados.
- Observar la aplicación de técnicas para la comunicación intragrupal entre los miembros antiguos y nuevos del departamento, detectando las delegaciones de autoridad, y como se incentiva la iniciativa personal y la creatividad como medida de motivación.

C9: Colaborar en la realización de controles de calidad de determinados servicios y productos de hostelería y turismo y colaborar en la evaluación de los resultados obtenidos.

CE9.1 Colaborar en el registro de aquellos datos que afecten a su puesto de trabajo, en relación con los objetivos de calidad, para verificar su cumplimiento de acuerdo con los patrones y estándares fijados.

CE9.2 Colaborar en la detección de aquellas situaciones que, en apariencia, pueden suponer debilidades del servicio para su inclusión en los dispositivos que faciliten información veraz acerca de las mismas.

CE9.3 Colaborar en el desarrollo de encuestas para la recopilación de datos y propuestas.

CE9.4 Colaborar en la recopilación e introducción de datos en los registros e indicadores correspondientes.

CE9.5 Colaborar en el establecimiento de conclusiones para detectar posibles debilidades, colaborando en la identificación de las causas de las desviaciones.

CE9.6 Colaborar en las propuestas de acciones preventivas o correctivas

C10: Comunicarse oralmente con uno o varios interlocutores en inglés estándar, expresando e interpretando con fluidez, mensajes medianamente complejos en distintas situaciones, formales e informales, propias de los servicios turísticos.

CE10.1 Interaccionar con uno o varios interlocutores en inglés, en situaciones profesionales, tales como:

- Atención directa al cliente de agencias de viajes, oficinas de información turística y eventos a su llegada, durante su estancia y a su salida.
- Resolución de contingencias, situaciones emergentes y deficiencias producidas

durante la prestación de un servicio.

- Resolución de quejas y reclamaciones.
- Información y asesoramiento sobre destinos, servicios, productos, tarifas, viajes combinados, trayectos, paradas y escalas.
- Demanda de información variada por parte del cliente o profesional del sector.
- Atención a proveedores, agencias de viaje y profesionales.
- Gestión de reservas y otros servicios de agencias de viajes y alojamientos.
- Confirmación de los servicios contratados a los clientes y con los proveedores.
- Promoción de un establecimiento, viaje, evento o zona turística entre clientes actuales y potenciales.
- Venta u ofrecimiento de servicios y productos turísticos o promocionales.
- Negociación con clientes o profesionales del sector de acuerdos de prestación de servicios, colaboración o contratación.

CE10.2 Resolver situaciones de interacción en inglés, bajo condiciones, que afectan a la comunicación, tales como:

- Comunicación presencial o telefónica.
- Comunicación formal o informal.
- Costumbres en el uso de la lengua.
- Número y características de los interlocutores.
- Claridad en la pronunciación y distintos acentos.
- Ruido ambiental o interferencias frecuentes en los establecimientos de hostelería y turismo, en transportes, parques temáticos, de ocio y congresos.
- Tiempo del que se dispone para la comunicación.

C11: Participar en los procesos de trabajo de la empresa, siguiendo las normas e instrucciones establecidas en el centro de trabajo.

CE11.1 Comportarse responsablemente tanto en las relaciones humanas como en los trabajos a realizar.

CE11.2 Respetar los procedimientos y normas del centro de trabajo.

CE11.3 Empezar con diligencia las tareas según las instrucciones recibidas, tratando de que se adecuen al ritmo de trabajo de la empresa.

CE11.4 Integrarse en los procesos de producción del centro de trabajo.

CE11.5 Utilizar los canales de comunicación establecidos.

CE11.6 Respetar en todo momento las medidas de prevención de riesgos, salud laboral y protección del medio ambiente.

## Contenidos

### **1. Relación comercial de las agencias de viajes y tours operadores con proveedores de servicios.**

- Relación entre las empresas de alojamiento y las agencias de viajes y *tour*-operadores.
- Relación con el transporte aéreo. Fuentes informativas del transporte aéreo.
- Relación con el transporte marítimo, terrestre y ferroviario. Fuentes informativas.
- Gestión de los servicios de acompañamiento y asistencia turística. El servicio de guía turístico.
- Gestión de visados y otra documentación requerida para los viajes. Los seguros de viaje y los contratos de asistencia en viaje.

### **2. Creación y operación de viajes combinados, excursiones y traslados**

- Colaboración en la programación de varios tipos de viajes combinados. Viajes combinados elaborados bajo demanda y para la oferta.
- Observación de las relaciones entre *tour*-operadores y agencias de viajes minoristas. Condiciones de colaboración y términos de retribución.

- Observación de las fases de la elaboración, programación, comercialización y operación de los viajes combinados.
- Elaboración de diferentes tipos de excursiones y visitas. Características y servicios que incluyen.
- Programación y operación de excursiones, de operaciones regulares y operaciones bajo demanda.
- Programación y operación de diferentes tipos de traslados

### **3. Comunicación, atención al cliente y técnicas de ventas y negociación en las agencias de viajes, en la gestión de eventos y en las entidades de distribución turística**

- Aplicación de técnicas de comunicación adecuadas a los distintos tipos de interlocutores y situaciones
- Selección y transmisión de información en función de las peticiones de los interlocutores
- Aplicación de técnicas de atención personal y telefónica
- Aplicación de técnicas para determinar las expectativas de los clientes con respecto a un servicio para lograr la satisfacción de las expectativas como concepto de calidad del servicio..
- Aplicación de técnicas en el proceso de venta. Fases de la venta. La venta telefónica.
- Aplicación de estrategias y técnicas en la negociación
- Tratamiento de reclamaciones, quejas y situaciones conflictivas.
- Utilización de diferentes formas de saludos y de normas de cortesía tanto presenciales como a distancia.
- Aplicación de normas deontológicas, de conducta y de imagen personal de los profesionales de agencias de viajes y de otras entidades de distribución turística.

### **4. Utilización de terminales de sistemas de distribución (GDS) y de aplicaciones informáticas de gestión de agencias de viajes.**

- Utilización de los distintos tipos de terminales GDS.
- Utilización de diferentes aplicaciones informáticas para la gestión de agencias de viajes, reservas de viajes combinados y excursiones (Front Office)

### **5. El evento como proyecto: planificación, presupuestación y organización**

- Utilización de las fuentes y medios de acceso a la información.
- Selección de servicios, prestatarios e intermediarios.
- Aplicación de técnicas de negociación con proveedores: planteamientos y factores clave. Aspectos re-negociables.
- Selección de infraestructuras especializadas para reuniones, actos y exposiciones.
- Programación del evento; programación de la logística y de los recursos humanos.
- Programación de ofertas pre y post evento en función de la tipología de los participantes, tales como ponentes, delegados, acompañantes, comités organizadores y científicos.
- La comercialización de los destinos y de la oferta de gestión profesional de eventos. Vías y fórmulas de comercialización.
- Selección de la oferta de los organizadores de eventos. Marca corporativa e imagen. Selección de los canales de distribución, de los soportes, de las estrategias de distribución.
- Observación de las técnicas y estrategias de fidelización; de las acciones y soportes promocionales.
- Gestión de espacios comerciales y de patrocinios.
- Selección de la participación de personalidades. Presidencias honoríficas
- Confección de cronogramas.
- Previsión de situaciones emergentes; planes de contingencia; planes de seguridad.

- Presupuestación del evento:
- Selección de los servicios requeridos en la organización de eventos:
- Participación en el control de inscripciones, de cobros, de asignación de espacios en exposiciones y otras comunicaciones a inscritos.
- Gestión de la documentación del evento, de los procesos administrativos y contables.
- Observación del seguimiento y control del proyecto y de las actuaciones ante desviaciones.
- Observación de la aplicación de técnicas de coordinación y recursos de comunicación, de protocolo, de seguridad, de servicio técnico, de atención a reclamaciones, quejas, conflictos y otras situaciones emergentes.

### **6. Aplicaciones informáticas específicas para la gestión de eventos**

- Utilización de los programas a medida y oferta estándar del mercado.
- Utilización de programas integrales para la gestión de las secretarías técnica y científica, pagos y reservas de servicios on-line.

### **7. Gestión y control presupuestario en agencias de viajes, empresas de gestión de eventos y unidades de información y distribución turísticas**

- Cálculo de costes totales unitarios y márgenes con respecto a los precios de venta
- Elaboración de presupuestos económicos para establecer programas de actuación.
- Determinación de los costes de los distintos recursos.
- Cálculo del punto muerto de explotación y los niveles de productividad.
- Cálculo de las desviaciones y análisis de las causas de su aparición y los efectos que producen.
- Propuesta de soluciones alternativas y establecimiento de métodos de seguimiento y control presupuestarios.

### **8. Dirección e integración de personal en departamentos de agencias de viajes, empresas de gestión de eventos y unidades de información y distribución turística**

- Recepción y emisión de instrucciones e información
- Observación de la asignación de tareas y coordinación de planes de trabajo
- Observación de la intervención en los conflictos originados en el equipo de trabajo mediante la negociación y la participación
- Asistir a la toma de decisiones entre diferentes vías de solución posibles a un conflicto.
- Observación del desempeño del liderazgo, de una manera efectiva y de la dirección de equipos de trabajo, integración y coordinación de las necesidades del grupo en el marco de objetivos, políticas o directrices predeterminados.
- Participación en reuniones de trabajo
- Observación de un manual de acogida del establecimiento a un nuevo empleado
- Observación de la asignación de puestos a los nuevos empleados,
- Observación de las operaciones y procesos más significativos que cada nuevo empleado debe desarrollar y los criterios que permitan evaluar el desempeño profesional y sus resultados.
- Observación de la promoción para la comunicación intragrupal entre los miembros antiguos y nuevos del departamento
- Observación de la delegación de autoridad, animando a la iniciativa personal y la creatividad como medida de motivación y exigiendo responsabilidades

### **9. Controles de calidad en agencias de viajes, empresas de gestión de eventos y unidades de información y distribución turística**

- Interpretación de los indicadores de la calidad propios de las agencias de viajes y tour operadores, en la gestión de eventos y en las entidades de distribución e información turística.



- Observación de atributos y dimensiones de la calidad en los viajes combinados, excursiones y traslados, y en el servicio de las agencias de viajes y *tour*-operadores. Las especificaciones de calidad de los servicios
- Observación de atributos y dimensiones de la calidad en la gestión de eventos, y en otros distribuidores turísticos y entidades de información turística
- Procedimientos e instrucciones de trabajo para la calidad en los servicios
- Gestión de la documentación e información propia del sistema de calidad implantado
- Elaboración de cuestionarios sencillos que permitan medir en nivel de satisfacción de los clientes respecto a los indicadores
- Aplicación de las herramientas básicas para la determinación y análisis de las causas de la no-calidad
- Observación del sistema de calidad, identificando deficiencias y áreas de mejora, estableciendo objetivos de calidad y desarrollando planes de mejora

#### 10. Comunicación en inglés estándar en situaciones propias de los servicios turísticos

- Atención directa en inglés al cliente de agencias de viajes, a su llegada, durante su estancia y a su salida.
- Resolución en inglés contingencias, situaciones emergentes y deficiencias producidas durante la prestación de un servicio.
- Resolución de quejas y reclamaciones en inglés
- Información y asesoramiento en inglés, sobre destinos, servicios, productos, tarifas, viajes combinados, trayectos, paradas y escalas.
- Atención de demandas de información variada en inglés por parte del cliente o profesional del sector.
- Atención en inglés a proveedores, agencias de viaje y profesionales.
- Gestión en inglés reservas y otros servicios de agencias de viajes.
- Confirmación en inglés los servicios contratados a los clientes y con los proveedores.
- Promoción en inglés un establecimiento, viaje, evento o zona turística entre clientes actuales y potenciales.
- Negociación en inglés con clientes o profesionales del sector, acuerdos de prestación de servicios, colaboración o contratación.
- Comunicación en inglés de forma presencial o telefónica.
- Comunicación en inglés en situaciones formales o informales
- Comunicación atendiendo a las costumbres en el uso de la lengua.
- Comunicación atendiendo al número de interlocutores y sus características.
- Comunicación con claridad en la pronunciación e interpretar distintos acentos.
- Comunicación en condiciones de ruido ambiental o interferencias
- Comunicación atendiendo al tiempo del que se dispone.

#### 11. Integración y comunicación en el centro de trabajo

- Comportamiento responsable en el centro de trabajo.
- Respeto a los procedimientos y normas del centro de trabajo.
- Interpretación y ejecución con diligencia las instrucciones recibidas.
- Reconocimiento del proceso productivo de la organización.
- Utilización de los canales de comunicación establecidos en el centro de trabajo.
- Adecuación al ritmo de trabajo de la empresa.
- Seguimiento de las normativas de prevención de riesgos, salud laboral y protección del medio ambiente.

#### IV. PRESCRIPCIONES DE LOS FORMADORES

Módulo Formativo	Titulación requerida	Experiencia profesional requerida en el ámbito de la unidad de competencia
MF1055_3: Elaboración y gestión de viajes combinados	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Licenciado en Administración y Dirección de Empresas;</li> <li>• Licenciado en Ciencias Actariales y Financieras;</li> <li>• Licenciado en Economía;</li> <li>• Diplomado en Turismo;</li> <li>• Diplomado en Ciencias Empresariales;</li> </ul>	2 años
MF1056_3: Gestión de eventos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Licenciado en Administración y Dirección de Empresas;</li> <li>• Licenciado en Ciencias Actariales y Financieras;</li> <li>• Licenciado en Economía;</li> <li>• Diplomado en Turismo;</li> <li>• Diplomado en Ciencias Empresariales;</li> </ul>	2 años
MF0268_3: Gestión de unidades de información y distribución turísticas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Licenciado en Administración y Dirección de Empresas;</li> <li>• Licenciado en Ciencias Actariales y Financieras;</li> <li>• Licenciado en Economía;</li> <li>• Diplomado en Turismo;</li> <li>• Diplomado en Ciencias Empresariales;</li> </ul>	2 años
MF1057_2: Inglés profesional para turismo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Licenciado en Filología inglesa;</li> <li>• Licenciado en traducción e interpretación;</li> <li>• Cualquier Titulación Superior con la siguiente Formación Complementaria: Certificado de aptitud en los Idiomas correspondientes de la Escuela Oficial de Idiomas.</li> <li>• Cualquier Titulación Universitaria Superior con la siguiente Formación Complementaria: Haber cursado un ciclo de los estudios conducentes a la obtención de la licenciatura del idioma correspondiente junto con los estudios complementarios citados en el apartado anterior.</li> </ul>	1 año

**V. REQUISITOS MÍNIMOS DE ESPACIOS, INSTALACIONES Y EQUIPAMIENTO**

<b>Espacio Formativo</b>	<b>Superficie m<sup>2</sup> 15 alumnos</b>	<b>Superficie m<sup>2</sup> 25 alumnos</b>
Aula de gestión	45	60
Aula de idiomas	45	60

<b>Espacio Formativo</b>	<b>M1</b>	<b>M2</b>	<b>M3</b>	<b>M4</b>
Aula de gestión	X	X	X	
Aula de idiomas				X

<b>Espacio Formativo</b>	<b>Equipamiento</b>
Aula de gestión	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Equipos audiovisuales</li> <li>- PCs instalados en red, cañón de proyección e internet</li> <li>- Software específico de la especialidad</li> <li>- 2 Pizarras para escribir con rotulador</li> <li>- Equipos audiovisuales</li> <li>- Rotafolios</li> <li>- Material de aula</li> <li>- Mesa y silla para formador</li> <li>- Mesas y sillas para alumnos</li> </ul>
Aula de idiomas	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Equipos audiovisuales</li> <li>- 1 Proyector</li> <li>- Programas informáticos para el aprendizaje de ingles</li> <li>- Reproductores y grabadores de sonido</li> <li>- Dicionarios bilingües</li> </ul>

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

Las instalaciones y equipamientos deberán cumplir con la normativa industrial e higiénico sanitaria correspondiente y responderán a medidas de accesibilidad universal y seguridad de los participantes.

El número de unidades que se deben disponer de los utensilios, máquinas y herramientas que se especifican en el equipamiento de los espacios formativos, será el suficiente para un mínimo de 15 alumnos y deberá incrementarse, en su caso, para atender a número superior.

En el caso de que la formación se dirija a personas con discapacidad se realizarán las adaptaciones y los ajustes razonables para asegurar su participación en condiciones de igualdad.