

CUALIFICACIÓN PROFESIONAL:

Creación y gestión de viajes combinados y eventos

Familia Profesional: **Hostelería y Turismo**

Nivel: **3**

Código: **HOT330_3**

Estado: **DESCATALOGADA**

Suprimida: **RD 148/2022**

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.

Unidades de competencia

UC1055_3: Elaborar y operar viajes combinados, excursiones y traslados

UC1056_3: Gestionar eventos

UC9998_2: COMUNICARSE EN LENGUA INGLESA CON UN NIVEL DE USUARIO BÁSICO (A2), SEGÚN EL MARCO COMÚN EUROPEO DE REFERENCIA PARA LAS LENGUAS, EN EL ÁMBITO PROFESIONAL

UC0268_3: GESTIONAR UNIDADES DE INFORMACIÓN Y DISTRIBUCIÓN TURÍSTICAS

Entorno Profesional

Ámbito Profesional

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

Sectores Productivos

Esta cualificación se sitúa en el sector turístico, principalmente en los subsectores de la distribución y promoción turística, en agencias de viajes emisoras minoristas y mayoristas-minoristas, touroperadores, 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 y puestos de trabajo relevantes

Los términos de la siguiente relación de ocupaciones y puestos de trabajo se utilizan con carácter genérico y omnicomprendivo de mujeres y hombres.

- Empleado o jefe de departamento de reservas de agencia mayorista
- Programador de viajes combinados en agencias de viajes mayoristas y minoristas

- Responsable del departamento nacional o internacional en agencias de viajes mayoristas
- 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 Oficina de Congresos y de empresas organizadoras 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
- Transferista
- Promotor de agencia de viajes mayorista

Formación Asociada (600 horas)

Módulos Formativos

- MF1055_3:** Elaboración y gestión de viajes combinados. (210 horas)
- MF1056_3:** Gestión de eventos (150 horas)
- MF9998_2:** COMUNICACIÓN EN LENGUA INGLESA CON UN NIVEL DE USUARIO BÁSICO (A2), SEGÚN EL MARCO COMÚN EUROPEO DE REFERENCIA PARA LAS LENGUAS, EN EL ÁMBITO PROFESIONAL (120 horas)
- MF0268_3:** GESTIÓN DE UNIDADES DE INFORMACIÓN Y DISTRIBUCIÓN TURÍSTICAS (120 horas)

DEROGADA

UNIDAD DE COMPETENCIA 1

Elaborar y operar viajes combinados, excursiones y traslados

Nivel: 3
Código: UC1055_3
Estado: BOE

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

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 y resultados

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, emitidos o enviados. 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

Gestionar eventos

Nivel: 3
Código: UC1056_3
Estado: BOE

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

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 y resultados

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.

DEROGADA

UNIDAD DE COMPETENCIA 3

COMUNICARSE EN LENGUA INGLESA CON UN NIVEL DE USUARIO BÁSICO (A2), SEGÚN EL MARCO COMÚN EUROPEO DE REFERENCIA PARA LAS LENGUAS, EN EL ÁMBITO PROFESIONAL

Nivel: 2
Código: UC9998_2
Estado: BOE

Realizaciones profesionales y criterios de realización

RP1: Interpretar el sentido general de la información oral en lengua inglesa con un nivel de usuario básico, de forma precisa, emitida por cualquier persona o medio de emisión/comunicación, para identificar la aplicabilidad de los datos y garantizar el servicio.

CR1.1 Los medios de producción asociados a las actividades profesionales se detectan para garantizar su identificación en una situación de trabajo, garantizando su comprensión global en función del contexto en el que se utilicen.

CR1.2 La información oral emitida por distintos medios (comunicación, materiales audiovisuales técnicos, videos, CD, DVD u otros, retransmitidos o grabados) se interpreta de forma precisa para favorecer el desarrollo de la actividad, empleando estrategias que permitan inferir los datos recibidos de manera incompleta discriminando los posibles patrones sonoros, acentuales, rítmicos y de entonación de uso común o específicos del medio.

CR1.3 Las instrucciones de trabajo, advertencias y consejos de operaciones definidas se interpretan, intercambiando información sobre el tema a tratar, a fin de aplicarlas en el desempeño de su competencia, identificando el contexto de la intervención.

CR1.4 Las necesidades, reclamaciones, incidencias y malentendidos sobre las actividades profesionales manifestadas oralmente por diferentes interlocutores se interpretan, practicando una escucha atenta para extraer las claves principales y presentando, a la vez que transmitiendo distintas soluciones a la persona responsable.

RP2: Interpretar la información y documentación escrita en lengua inglesa con un nivel de usuario básico que contengan estructuras y un léxico de uso común, tanto de carácter general como más específico, para realizar la actividad profesional.

CR2.1 La información escrita en un registro técnico, relativa a documentación referida a la actividad profesional se extrae, procediendo a su resumen y/o interpretación, utilizando herramientas de traducción, manuales o informáticas (diccionarios y/o diccionarios técnicos).

CR2.2 La documentación técnica escrita se extrae, procediendo a su resumen y/o interpretación, adecuándola a los condicionantes que la pueden afectar (canal de la comunicación: fax, e-mail o carta, costumbres en el uso de la lengua, grafía deficiente, impresión de baja calidad, entre otros).

CR2.3 La información implícita en informes y/o documentos se extrae, procediendo a su resumen y/o interpretación, para facilitar el análisis de la situación aplicando criterios de contextualización y coherencia relacionados con el sector.

CR2.4 Las interfaces de los soportes informáticos que se visualicen se interpretan en función de la actividad profesional para garantizar el registro y la transmisión de los datos.

CR2.5 Las necesidades, reclamaciones, incidencias y malentendidos sobre las actividades profesionales que interactúan con otros interlocutores se interpretan practicando una escucha atenta para extraer las claves principales, presentando y transmitiendo distintas soluciones a la persona responsable.

CR2.6 Los avisos, carteles, rótulos de advertencia y peligro situados en el área de trabajo vinculados a su actividad profesional se interpretan para garantizar la seguridad del trabajador como un acto de preservación de su integridad física.

CR2.7 Los textos escritos traducidos con herramientas de traducción, manuales o informáticas se revisan para su mejor interpretación, aplicando criterios de contextualización a su actividad.

CR2.8 El significado de términos desconocidos escritos, en caso de no poder deducirse del contexto o el apoyo visual, se traduce para asimilar la explicación del término utilizando herramientas de traducción, manuales o informáticas (diccionarios y/o diccionarios técnicos).

RP3: Transmitir oralmente, interaccionando en lengua inglesa con un nivel de usuario básico con otros interlocutores para realizar las actividades profesionales sobre información relacionada con aspectos técnicos específicos de su competencia, identificando la aplicabilidad de los datos y garantizando servicio.

CR3.1 Los datos para el desarrollo de la actividad profesional se obtienen de las conversaciones y entrevistas mantenidas con otros interlocutores para facilitar su ejecución, a partir de la identificación y valoración de los mismos.

CR3.2 Los datos que se consideren necesarios para el desempeño de la actividad profesional a partir de comunicaciones se extraen utilizando recursos de apoyo a la traducción expresándolos en lengua estándar, con claridad, razonable fluidez y corrección, para la obtención del nivel de información previsto requiriendo, en su caso, las aclaraciones pertinentes para su completa comprensión, aplicando las normas de cortesía, protocolo asociadas al marco cultural u otras adecuadas a contextos de comunicación formal e informal.

CR3.3 La información contextual y no oral que se produce en conversaciones en grupo, visitas, negociaciones, reuniones de trabajo se interpreta procediendo al contraste con el contexto, antecedentes o testimonios para fidelizar los datos a obtener, teniendo en cuenta el tono, humor, significado de expresiones idiomáticas, chistes y comportamientos de los interlocutores. **CR3.4** Las comunicaciones se realizan para conseguir un intercambio de información estandarizado referido a su actividad profesional, garantizando su fiabilidad a través de consultas a la normativa aplicable o a normas internas del propio trabajo o empresa.

CR3.5 Los elementos lingüísticos léxicos y funcionales en un intercambio oral de información se aplican, si procede, para facilitar la interpretación y comunicación, teniendo en cuenta las características del sector.

RP4: Expresar oralmente en lengua inglesa con un nivel de usuario básico la información relacionada con aspectos técnicos de la actividad profesional, adaptándose al

canal de comunicación, presencial o a distancia que garantice la transmisión de la misma.

CR4.1 Las consideraciones técnicas de operaciones emitidas de forma oral relativas al uso de productos o ejecución de trabajos se comunican para garantizar la ejecución de las actividades en cualquier contexto (presencial, radiofónico o virtual), considerando las características del medio.

CR4.2 La información expresada de forma oral se emite para facilitar la comunicación de actividades profesionales utilizando vocabulario y construcciones gramaticales que permitan hacerse entender en la transmisión de la misma.

CR4.3 La caracterización sobre los medios de producción presentadas por los interlocutores que interactúan en el desempeño de las actividades profesionales se interpretan para su posible resolución presentando distintas soluciones al superior responsable.

RP5: Cumplimentar en lengua inglesa con un nivel de usuario básico la documentación, textos rutinarios, sencillos y coherentes, redactando, si procede, teniendo en cuenta la terminología al uso, relativa a expresiones, estructura y formas de presentación para dar respuesta a la actividad profesional.

CR5.1 La documentación se redacta a partir de varias fuentes seleccionadas con coherencia discursiva a fin de conseguir un desempeño efectivo de la actividad profesional, en base al conocimiento de la terminología del sector y de la normativa aplicable en el desempeño de su competencia.

CR5.2 Las expresiones usuales requeridas en los diferentes tipos de documentación (escritos, faxes, formularios, mensajes electrónicos, entre otros) se aplican en cualquier comunicación o documentación exigida, para diligenciar los escritos según costumbre y expresiones propias del sector.

CR5.3 Las consideraciones (características del producto, precio, condiciones de pago, transporte, entre otros) presentadas/recibidas, escritas/verbalizadas vinculadas a los interlocutores relacionados con la actividad profesional se interpretan para su posible resolución presentando distintas soluciones al superior responsable.

Contexto profesional

Medios de producción

Herramientas de traducción, manuales o informáticas (diccionarios y/o diccionarios técnicos).

Productos y resultados

Interpretación del sentido general de la información oral, de la información y documentación, transmisión oral, expresión oral, cumplimentación de documentación en lengua inglesa con un nivel de usuario básico, respectivamente.

Información utilizada o generada

Información procedente de medios de comunicación, materiales audiovisuales técnicos, videos, CD, DVD u otros, retransmitidos o grabados. Instrucciones de trabajo/advertencias/avisos/consejos/especificaciones técnicas.

Necesidades/reclamaciones/incidencias/malentendidos. Normativa aplicable, recomendaciones internacionales y normas internas de trabajo. Informes, manuales, planos, cartas, faxes, revistas, libros, páginas de Internet, software, foros, glosarios en línea, correos electrónicos. Interfaces de los soportes

informáticos. Avisos, carteles, rótulos de advertencia y peligro. Escritos, faxes, formularios, mensajes electrónicos, jerga y expresiones propias del sector.

UNIDAD DE COMPETENCIA 4

GESTIONAR UNIDADES DE INFORMACIÓN Y DISTRIBUCIÓN TURÍSTICAS

Nivel: 3
Código: UC0268_3
Estado: BOE

Realizaciones profesionales y criterios de realización

RP1: Gestionar el diseño de objetivos específicos de la unidad de información y/o distribución de ofertas de servicios turísticos que respondan a las demandas de los clientes potenciales y proveedores de servicios, siguiendo la planificación estratégica de la empresa o entidad.

CR1.1 La planificación estratégica de la empresa o entidad en la que se ubica la unidad se analiza a través de la información disponible, identificando las necesidades y expectativas de los clientes y usuarios potenciales con el fin de gestionar su diseño.

CR1.2 Los objetivos específicos de la empresa o entidad se proponen, teniendo en cuenta los recursos disponibles, demanda potencial y temporada turística según su emplazamiento, de forma que se cumpla la planificación estratégica de la empresa o entidad.

CR1.3 Las opciones de actuación se identifican, teniendo en cuenta disponibilidad de recursos, periodos de temporadas de los destinos y características de la empresa o entidad, con el fin de lograr la consecución de los objetivos.

CR1.4 El grado de cumplimiento de los objetivos y acciones específicas fijadas se formulan, cuantificándolos, de forma que se haga una evaluación del cumplimiento de los mismos conforme a la planificación estratégica de la empresa o entidad.

- RP2:** Gestionar la estructura organizativa de la unidad de información y/o distribución de ofertas turísticas, determinando los recursos para el logro de los objetivos comerciales establecidos en la empresa o entidad.
- CR2.1** El tipo de estructura organizativa de la unidad de información y/o distribución se propone, considerando la estacionalidad de la demanda y los recursos disponibles.
 - CR2.2** Las funciones y tareas, relaciones internas de la unidad de información y/o distribución se definen, en función de la estructura organizativa y de los objetivos específicos determinados.
 - CR2.3** La comunicación, información y comercialización de la oferta turística de la unidad de información y/o distribución se gestiona, organizándola como una acción rutinaria y vital con los agentes turísticos, sociales y culturales del entorno.
 - CR2.4** Los recursos necesarios se organizan, adaptando las funciones y tareas que deben cubrirse a las variables estacionales o periódicas generadas por los hábitos viajeros.
 - CR2.5** Los perfiles de los puestos de trabajo se plantean, desarrollando el proceso de selección de personal de información turística, a fin de identificar aquellos que cumplan con los criterios de la cultura corporativa de la empresa o entidad.
- RP3:** Desarrollar operaciones de preparación del presupuesto económico de la unidad de información y/o distribución de ofertas turísticas para su integración en el presupuesto global de la empresa o entidad, a partir de datos históricos de ingresos, gastos y ventas generadas.
- CR3.1** Las previsiones económicas para el siguiente ejercicio se identifican en base a la planificación general de la empresa o entidad y los datos históricos.
 - CR3.2** Los presupuestos por partidas de inversiones, de explotación y de tesorería se registran mediante el uso de aplicaciones informáticas específicas de forma que se facilite el trabajo y la identificación de posibles desviaciones.
 - CR3.3** El presupuesto completo se presenta a la persona responsable para su integración en el presupuesto global de la empresa o entidad en la que se ubica la unidad, considerando las observaciones que éstos formulen para hacer las modificaciones necesarias.
 - CR3.4** El grado de cumplimiento de los objetivos específicos formulados para la unidad de información y/o distribución turística se comprueba, detectando desviaciones e incidencias que puedan surgir.
 - CR3.5** Los cálculos necesarios para corregir desviaciones respecto a los objetivos económicos se formulan, proponiendo las medidas según qué situación.
 - CR3.6** Los informes del control presupuestario se elaboran a partir de datos históricos, gastos y ventas, entre otros, reportando a las personas responsables su resultado.

- RP4:** Coordinar al personal dependiente de la unidad de información y/o distribución, 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** Los objetivos estratégicos y específicos de la unidad de información y/o distribución se explican al equipo humano dependiente, de forma que se involucre en los mismos y se integre en el grupo de trabajo correspondiente.
 - CR4.2** Las responsabilidades y funciones para cada puesto de trabajo se transmiten de forma clara asegurando su comprensión, otorgando la autoridad necesaria para su cumplimiento. **CR4.3** La integración en la unidad del personal dependiente se efectúa de forma activa, garantizando que en el futuro realice las tareas propias con eficacia y eficiencia.
 - CR4.4** Los planes formativos se definen, colaborando con la persona responsable en función de las necesidades del personal, evaluando el grado de aprendizaje y su aplicación en la ejecución de la actividad profesional.
 - CR4.5** Las dinámicas de motivación del personal se establecen, incrementando el grado de satisfacción, excelencia profesional, iniciativa, creatividad, trabajo en equipo y su papel de transmisión de imagen de marca del distribuidor turístico.
 - CR4.6** Las reuniones con el personal dependiente se dirigen, consensuando acciones a seguir y modificando actitudes que no se correspondan con la cultura corporativa de la entidad.
 - CR4.7** La productividad, rendimiento y consecución de objetivos del personal se potencia, siguiendo los criterios establecidos de reconocimiento el éxito de forma que se evalúen actitudes y actuaciones para mejorar las acciones futuras.
- RP5:** Gestionar la cultura corporativa y el sistema de calidad adoptado en la unidad de información y distribución de la oferta turística, cumpliendo con los criterios establecidos para contribuir al logro de los objetivos de la empresa o entidad.
- CR5.1** Los estándares de calidad, procedimientos e instrucciones de trabajo se identifican en función de la cultura corporativa y el sistema de calidad adoptados por la empresa o entidad.
 - CR5.2** La cultura de la calidad adoptada en la unidad de información y distribución de oferta turística se difunde entre el personal a su cargo, instruyéndole en el sistema y herramientas de calidad que la soporta y fomentando su participación en la mejora continua.
 - CR5.3** Los procedimientos de recogida, análisis y resultados de la información sobre la calidad externa y las encuestas de satisfacción, o métodos equivalentes se almacenan en el sistema informático de la unidad, facilitando la obtención y análisis de la información facilitada por el cliente.
 - CR5.4** La medición de los indicadores y el control de la calidad interna se efectúa, analizando los datos disponibles e informando de su resultado a la persona responsable y a los posibles departamentos implicados.
 - CR5.5** La evaluación periódica de la cultura corporativa y el sistema de calidad adoptado se efectúa, verificando la aplicación de los procedimientos e instrucciones establecidos, a través de métodos estandarizados, como fichas de ejecución, fichas de evaluación, entre otros.

Contexto profesional

Medios de producción

Equipos y programas informáticos específicos. Internet. Terminales de telefonía fija y móvil. Redes telemáticas de distribución e intercambio de información y oferta turística. Mobiliario y equipo de oficina básico. Programas (entornos de usuario): bases de datos, procesadores de textos, hojas de cálculo,

aplicaciones de gestión de correo electrónico, navegadores de Internet, Internet, Intranet, herramientas de seguridad en Internet. Canales de contacto con el cliente: telefonía, e-mail, sms, página Web, networking, e-commerce, website, chats, e-CRM, e-newsletters, redes sociales, u otros canales digitales.

Productos y resultados

Objetivos y planes específicos para la viabilidad de la unidad de información y distribución turística propuestos. Presupuesto económico de la unidad de información y/o distribución de ofertas turísticas ejecutado. Personal dependiente del departamento coordinado. Cultura corporativa y sistema de calidad adaptado en la unidad de información y distribución de la oferta turística gestionado.

Información utilizada o generada

Plan estratégico de la empresa o entidad. Información sobre el ámbito territorial de actuación y el área de influencia de la unidad. Información sobre las demandas actuales y emergentes de los posibles clientes. Información sobre los recursos económicos, materiales y humanos de la unidad. Bases de datos sobre recursos humanos. Series históricas de información económica de la entidad. Plan de calidad de la empresa o entidad. Disposiciones legales y administrativas de obligado cumplimiento. Manual y normas internas de la empresa o entidad. Equipos EPI. Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales. Normativa relativa a protección medioambiental y a la planificación de la actividad preventiva. Normativa sobre prevención de riesgos laborales. Normas internas de trabajo (procedimientos, directrices y protocolos, métodos de trabajo, reglamento interno de trabajo, entre otros).

MÓDULO FORMATIVO 1

Elaboración y gestión de viajes combinados.

Nivel:	3
Código:	MF1055_3
Asociado a la UC:	UC1055_3 - Elaborar y operar viajes combinados, excursiones y traslados
Duración (horas):	210
Estado:	BOE

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.
- C3:** Analizar la distribución turística, las entidades y medios que la configuran, estimando su evolución y la incidencia de las nuevas tecnologías.
- CE3.1** Explicar las particularidades de la distribución turística y relacionar los diferentes soportes y operadores que facilitan dicha distribución, explicando sus características.
 - CE3.2** Estimar la incidencia de las nuevas tecnologías en la distribución turística y describir su situación actual y tendencias.
 - CE3.3** Describir las funciones y características de las agencias de viajes en general, y clasificar y caracterizar los diferentes tipos de agencias de viajes.
 - CE3.4** Identificar los servicios y productos turísticos en cuya distribución participan las agencias de viajes y describir las características de su venta y de las relaciones que se producen con sus prestatarios y/o proveedores.

CE3.5 Identificar a otras entidades de distribución turística, tales como centrales de reservas o sistemas globales de distribución y describir sus características organizativas y funcionales. **CE3.6** Explicar la distribución turística en Internet, señalando sus características y aplicaciones, e identificar e interpretar la oferta en páginas web de prestatarios e intermediarios turísticos.

C4: Analizar las relaciones comerciales, operativas y contractuales de las agencias de viajes y tour-operadores con los diferentes proveedores de servicios turísticos.

CE4.1 Describir y explicar las relaciones que mantienen los proveedores de servicios turísticos con las agencias de viajes y tour-operadores, analizando los diferentes procesos que en tales relaciones se producen, e identificando y aplicando, en su caso, las normativas, convenios o usos que las regulan.

CE4.2 Identificar a los proveedores de servicios y acceder a sus ofertas obteniendo la información necesaria sobre las características de los servicios y sus precios o tarifas, utilizando para ello los soportes, manuales o tarifarios, entre otros y los medios de acceso a la información, como GDS e Internet, entre otros, disponibles para ello, y aplicar criterios de selección debidamente fundamentados.

CE4.3 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.

CE4.4 Describir las relaciones y situaciones que se producen en las interacciones entre el personal de las agencias de viajes y el personal de los proveedores y prestatarios de servicios, clasificando los tipos de comportamiento que se originan en escenarios de negociación, contratación, operaciones y conflictos, identificando las técnicas de comunicación y negociación adecuadas a cada caso y circunstancia.

CE4.5 En supuestos prácticos de relaciones con proveedores de servicios en circunstancias y escenarios diversos:

- Aplicar las técnicas de comunicación y negociación adecuadas.
- Facilitar la solución de conflictos entre las partes mediante planteamientos adecuados.

C5: Desarrollar los procesos de elaboración, programación, operación de viajes combinados y productos similares, identificando y aplicando procedimientos, técnicas y recursos tecnológicos.

CE5.1 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. **CE5.2** 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.

CE5.3 Explicar los procesos de 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.

CE5.4 Explicar los procesos de 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.

CE5.5 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.

CE5.6 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.

CE5.7 Identificar y cumplimentar documentos administrativos y contables propios de las operaciones de viajes combinados, excursiones y traslados, y redactar informes de evaluación.

CE5.8 Utilizar programas informáticos de hoja de cálculo para la elaboración de escandallos de viajes combinados, excursiones y traslados.

CE5.9 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.

C6: Desarrollar 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.

CE6.1 Reconocer los diferentes soportes y canales de solicitud de reservas existentes.

CE6.2 Explicar el proceso de ventas de los viajes combinados y excursiones, caracterizando sus fases e identificando técnicas y recursos, difusión y distribución de la oferta.

- Peticiones de reservas.
- Información, control de disponibilidad y venta.
- Registro.
- Gestiones con proveedores, tales como fueras de cupo, notificaciones de ventas, reconfirmaciones y peticiones especiales.
- Seguimiento de reservas, confirmaciones y oferta de alternativas.
- Emisión de documentación.

CE6.3 Explicar el proceso de reserva de traslados, caracterizando sus fases e identificando técnicas y recursos: peticiones de reservas, registro y gestiones con proveedores.

CE6.4 Utilizar programas informáticos de gestión de reservas o CRS, sistemas de distribución global o GDS y programas informáticos de tratamiento de texto.

CE6.5 En supuestos prácticos de solicitudes de reservas de viajes combinados, excursiones o traslados, y utilizando soportes y recursos tecnológicos:

- Atender 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.
- Efectuar 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.

C7: Interpretar especificaciones de calidad de agencias de viajes, aplicar procedimientos de atención de quejas y reclamaciones, y aportar sugerencias para la mejora, identificando atributos de calidad y detectando desviaciones y deficiencias.

CE7.1 Explicar el concepto de calidad en los servicios e identificar los factores causales de la localidad.

CE7.2 Identificar y describir los atributos de calidad en los viajes combinados, excursiones y traslados, y en general en los servicios de las agencias de viajes.

CE7.3 Aplicar herramientas de mejora de la calidad y aportar propuestas de solución para resolver o mejorar problemas planteados.

CE7.4 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.

CE7.5 Interpretar y analizar procedimientos, instrucciones de trabajo y estándares de calidad, describiendo su aplicación en supuestos prácticos.

CE7.6 En situaciones de solicitudes de reservas o presentación de reclamaciones, adoptar una actitud acorde con la situación planteada, utilizando las normas de cortesía y utilizando la forma de comunicación oportuna con fluidez.

Capacidades cuya adquisición debe ser completada en un entorno real de trabajo

C4 respecto a CE4.3 y CE4.5; C5 respecto a CE5.6 a CE5.9; C6 respecto a CE6.4 y CE6.5; C7 respecto a CE7.3, CE7.4 y CE7.6.

Otras Capacidades:

Demostrar interés por el conocimiento amplio de la organización y sus procesos.

Responsabilizarse del trabajo que desarrolla y del cumplimiento de los objetivos.

Proponerse objetivos retadores que supongan un nivel de rendimiento y eficacia superior al alcanzado previamente.

Demostrar un buen hacer profesional.

Respetar los procedimientos y normas internas de la empresa.

Adaptarse a la organización integrándose en el sistema de relaciones técnico-profesionales.

Participar y colaborar activamente en el equipo de trabajo.

Compartir información con el equipo de trabajo.

Demostrar cordialidad, amabilidad y actitud conciliadora y sensible hacia los demás.

Tratar al cliente con cortesía, respeto y discreción.

Demostrar interés y preocupación por atender satisfactoriamente las necesidades de los clientes.

Comunicarse eficazmente con las personas adecuadas en cada momento, respetando los canales establecidos en la organización.

Trasmitir información con claridad, de manera ordenada, estructurada y precisa a las personas adecuadas en cada momento.

Proponer alternativas con el objetivo de mejorar resultados.

Demostrar creatividad en el desarrollo del trabajo que realiza.

Demostrar autonomía en la resolución de contingencias relacionadas con su actividad.

Adaptarse a situaciones o contextos nuevos.

Emplear tiempo y esfuerzo en ampliar conocimientos e información complementaria para utilizarlos en su trabajo.

Demostrar responsabilidad ante los éxitos, errores y fracasos.

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 Principales destinos turísticos nacionales e internacionales

Análisis de la composición del producto turístico de base territorial. Recursos de atracción, infraestructuras y estructuras, servicios y actividades complementarias. Características y análisis comparativo de los principales destinos turísticos españoles. Características y análisis comparativo de los principales destinos turísticos internacionales.

3 La distribución turística

La distribución de servicios. Características diferenciales de la distribución turística. Intermediarios turísticos. Procesos de distribución de los servicios y productos turísticos. Las agencias de viajes. Funciones, tipos y estructuras. La Ley de Viajes Combinados. Las centrales de reservas. Tipos y características. Los sistemas globales de distribución o GDS. Las agencias de viajes virtuales: evolución y características de la distribución turística a través de Internet. El dominio de la demanda. Estructura y funcionamiento. La venta en el último minuto. Páginas web y portales turísticos.

4 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.

5 El transporte aéreo como componente del producto turístico

El transporte aéreo regular. Principales compañías aéreas. Relaciones con las agencias de viajes y tour-operadores. Tipos de viajes aéreos. Tarifas: tipos. Fuentes informativas del transporte aéreo regular. El transporte aéreo charter. Compañías aéreas charter y brokers aéreos. Tipos de operaciones charter. Relaciones. Tarifas.

6 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.

7 Comunicación, atención al cliente y técnicas de ventas y negociación en las entidades de distribución turística

La comunicación interpersonal. El proceso de la comunicación. Barreras. Saber escuchar. Saber preguntar. La comunicación no-verbal. La comunicación telefónica. Necesidades humanas y motivación. El proceso decisorio. Las expectativas de los clientes. Técnicas para determinar las expectativas de los clientes con respecto a un servicio. La satisfacción de las expectativas como concepto de calidad de un servicio. Los estándares de calidad de un servicio. Identificación de condiciones adversas a la calidad. Tipología de clientes. Análisis y comparación de las técnicas de comunicación más adecuadas a los diferentes tipos de clientes. Aplicaciones. La atención al cliente. Actitud positiva y actitud pro-activa. La empatía. Los esfuerzos discrecionales. Simulaciones. Los procesos de ventas. Fases de la venta y técnicas aplicables. La venta telefónica. Simulaciones. La negociación. Elementos básicos. La planificación de la negociación. Estrategias y técnicas. Aplicaciones. Tratamiento de reclamaciones, quejas y situaciones conflictivas. Aplicación de procedimientos. Normativa. Normas deontológicas, de conducta y de imagen personal de los profesionales de agencias de viajes y de otras entidades de distribución turística.

8 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.

9 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.

10 Utilización de terminales de sistemas de distribución (GDS) y de aplicaciones informáticas de gestión de agencias de viajes.

Definición y tipos de terminales GDS. Utilización. Tipos y comparación de aplicaciones informáticas para la gestión de agencias de viajes, reservas de viajes combinados y excursiones. Utilización.

11 La participación en la mejora de la calidad de los servicios y productos de agencias de viajes y tour-operadores

Concepto de gestión de la calidad total. La calidad en los servicios. 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. Procedimientos e instrucciones de trabajo. Directrices y normas. Estándares de servicio. Los indicadores de calidad. Toma y registro de datos. Cuestionarios de satisfacción del cliente. El perfeccionamiento profesional y la mejora continua. La participación en la mejora de la calidad.

Parámetros de contexto de la formación

Espacios e instalaciones Aula
de gestión de 45 m²

Aula polivalente de un mínimo de 2 m² por alumno o alumna.

Perfil profesional del formador o formadora:

1. Dominio de los conocimientos y las técnicas relacionados con la elaboración y operación de viajes combinados, excursiones y traslados, que se acreditará mediante una de las formas siguientes:
 - Formación académica de Ingeniero Técnico, Diplomado, Arquitecto Técnico o de otras de superior nivel relacionadas con este campo profesional.
 - Experiencia profesional de un mínimo de 3 años en el campo de las competencias relacionadas con este módulo formativo.
2. Competencia pedagógica acreditada de acuerdo con lo que establezcan las Administraciones competentes.

MÓDULO FORMATIVO 2

Gestión de eventos

Nivel:	3
Código:	MF1056_3
Asociado a la UC:	UC1056_3 - Gestionar eventos
Duración (horas):	150
Estado:	BOE

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: 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.

CE2.1 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.

CE2.2 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.

CE2.3 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.

CE2.4 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.

CE2.5 Identificar y aplicar técnicas de negociación con proveedores y clientes.

CE2.6 Redactar contratos de encargo de gestión de eventos y analizar sus características. **CE2.7** Definir estrategias de comercialización para diferentes ofertas genéricas de eventos, identificando y caracterizando los canales de distribución.

CE2.8 Diseñar acciones y soportes promocionales e instrumentos de captación adaptados a los diferentes tipos de eventos, adecuándolos a diferentes tipos de público objetivo.

C3: Planificar y presupuestar un evento y definir su programa, identificando las actividades y tareas que se derivan para la entidad gestora.

CE3.1 Identificar y analizar las principales fases en el proyecto de un evento, distinguiendo la planificación, organización, desarrollo y evaluación final del mismo.

CE3.2 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.

CE3.3 Identificar y utilizar las fuentes de información sobre destinos, servicios y sus precios, prestatarios e intermediarios que se utilizan para la organización de eventos.

CE3.4 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.

CE3.5 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.

C4: Aplicar técnicas para el proceso de organización de un evento determinado, analizando la lógica de dicho proceso.

CE4.1 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.

CE4.2 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.

CE4.3 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.

CE4.4 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.

CE4.5 Diseñar procedimientos y documentos para los servicios que demandan los promotores y proveedores de servicios.

CE4.6 Diseñar procedimientos y documentos para los procesos administrativos y contables propios de las actividades de los eventos.

CE4.7 En supuestos prácticos, de organización de eventos, determinar la distribución de los espacios requeridos por el evento, teniendo en cuenta aspectos funcionales, comerciales, protocolarios y de seguridad.

CE4.8 Identificar situaciones adversas y circunstancias emergentes que afecten al desarrollo de un evento y plantear acciones preventivas o correctoras de las mismas.

C5: Describir el proceso de aseguramiento de la calidad y evaluación final de un evento, describiendo las actividades de dirección y control inherentes.

CE5.1 Explicar el concepto de calidad en los servicios e identificar los factores causales de la localidad.

CE5.2 Identificar y describir los atributos de calidad en la gestión de eventos e interpretar especificaciones de calidad.

CE5.3 Identificar las acciones que deben realizarse para el control de la calidad y adecuación de los servicios, suministros y espacios a los requerimientos establecidos, y elaborar hojas de comprobación y otras herramientas de evaluación.

CE5.4 Confeccionar cuestionarios de evaluación de la satisfacción de los participantes y promotores, o instrumentos equivalentes, e interpretar los resultados.

CE5.5 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.

CE5.6 Aplicar herramientas de mejora de la calidad y aportar propuestas de solución para resolver o mejorar problemas planteados.

CE5.7 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.

CE5.8 Interpretar y analizar procedimientos, instrucciones de trabajo y estándares de calidad, describiendo su aplicación en supuestos prácticos de evaluación de eventos.

Capacidades cuya adquisición debe ser completada en un entorno real de trabajo

C2 respecto a CE2.2 a CE2.8; C3 respecto a CE3.3 a CE3.5; C4 respecto a CE4.3, CE4.4, CE4.7 y CE4.8; C5 respecto a CE5.4 a CE5.8.

Otras Capacidades:

Demostrar interés por el conocimiento amplio de la organización y sus procesos.

Responsabilizarse del trabajo que desarrolla y del cumplimiento de los objetivos.

Proponerse objetivos retadores que supongan un nivel de rendimiento y eficacia superior al alcanzado previamente.

Demostrar un buen hacer profesional.

Finalizar el trabajo en los plazos establecidos.

Adaptarse a la organización integrándose en el sistema de relaciones técnico-profesionales.

Participar y colaborar activamente en el equipo de trabajo.

Compartir información con el equipo de trabajo.

Demostrar cordialidad, amabilidad y actitud conciliadora y sensible hacia los demás.

Tratar al cliente con cortesía, respeto y discreción.

Demostrar interés y preocupación por atender satisfactoriamente las necesidades de los clientes.

Comunicarse eficazmente con las personas adecuadas en cada momento, respetando los canales establecidos en la organización.

Trasmitir información con claridad, de manera ordenada, estructurada y precisa a las personas adecuadas en cada momento.

Proponer alternativas con el objetivo de mejorar resultados.

Demostrar creatividad en el desarrollo del trabajo que realiza.

Demostrar autonomía en la resolución de contingencias relacionadas con su actividad.

Actuar con rapidez en situaciones problemáticas y no limitarse a esperar.

Demostrar resistencia al estrés, estabilidad de ánimo y control de impulsos.

Adaptarse a situaciones o contextos nuevos.

Emplear tiempo y esfuerzo en ampliar conocimientos e información complementaria para utilizarlos en su trabajo.

Demostrar responsabilidad ante los éxitos, errores y fracasos.

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 y evaluación final del evento.

4 La comercialización de los destinos y de la oferta de gestión profesional de eventos

La oferta de los destinos especializados. Vías y fórmulas de comercialización. La oferta de los organizadores de eventos. Público objetivo. Canales de distribución. Acciones y soportes promocionales. La oferta específica: características y presentación. Fuentes de información sobre eventos.

5 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 renegociables. 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. Características. Aspectos financieros, presupuestos y control presupuestario. Análisis de costes. Margen de beneficio. Elaboración de escandallos. 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.

6 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.

7 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.

8 Eventos y protocolo en hostelería

Concepto de protocolo: origen, clases, utilidad y usos sociales. Aplicaciones habituales del protocolo en diferentes eventos que tienen lugar en los establecimientos de alojamiento y/o restauración. El protocolo institucional tradicional y la necesidad de un protocolo empresarial. Análisis y aplicación de las técnicas de protocolo más habituales y presentación personal: normas reguladoras. Precedencias. Tratamientos. Técnicas de colocación de participantes en presidencias y en actos. Banderas. El protocolo en los banquetes y en la mesa.

9 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.

10 Comunicación, atención al cliente y técnicas de venta y negociación

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.

11 La participación en la mejora de la calidad en la gestión de eventos

Concepto de gestión de la calidad total. La calidad en los servicios. Atributos y dimensiones de la calidad en los servicios de gestión de eventos. Las especificaciones de calidad de los servicios. Procedimientos e instrucciones de trabajo. Directrices y normas. Estándares de servicio. Los indicadores de calidad. Toma y registro de datos. Cuestionarios de satisfacción del cliente. El perfeccionamiento profesional y mejora continua. La participación en la mejora de la calidad. Herramientas y propuestas de mejora.

Parámetros de contexto de la formación

Espacios e instalaciones Aula

de gestión de 45 m²

Aula polivalente de un mínimo de 2 m² por alumno o alumna.

Perfil profesional del formador o formadora:

1. Dominio de los conocimientos y las técnicas relacionados con la gestión de eventos, que se acreditará mediante una de las formas siguientes:

- Formación académica de Ingeniero Técnico, Diplomado, Arquitecto Técnico o de otras de superior nivel relacionadas con este campo profesional.
- Experiencia profesional de un mínimo de 3 años en el campo de las competencias relacionadas con este módulo formativo.

2. Competencia pedagógica acreditada de acuerdo con lo que establezcan las Administraciones competentes.

DEROGADA

MÓDULO FORMATIVO 3

COMUNICACIÓN EN LENGUA INGLESA CON UN NIVEL DE USUARIO BÁSICO (A2), SEGÚN EL MARCO COMÚN EUROPEO DE REFERENCIA PARA LAS LENGUAS, EN EL ÁMBITO PROFESIONAL

Nivel:	2
Código:	MF9998_2
Asociado a la UC:	UC9998_2 - COMUNICARSE EN LENGUA INGLESA CON UN NIVEL DE USUARIO BÁSICO (A2), SEGÚN EL MARCO COMÚN EUROPEO DE REFERENCIA PARA LAS LENGUAS, EN EL ÁMBITO PROFESIONAL
Duración (horas):	120
Estado:	BOE

Capacidades y criterios de evaluación

- C1:** Aplicar técnicas de interpretación de ideas derivadas de informaciones orales en lengua inglesa con un nivel de usuario básico, dentro del propio campo de especialización o de interés laboral, emitidas de forma presencial o a través de cualquier medio o soporte de comunicación sin excesivos ruidos ni distorsiones.
- CE1.1** Captar los puntos principales y detalles relevantes de mensajes grabados o de viva voz, bien articulados, que contengan instrucciones, indicaciones u otra información entre varios interlocutores.
- CE1.2** Comprender conversaciones informales en transacciones y gestiones cotidianas y estructuradas, o menos habituales, sobre temas de un entorno personal - identificación personal, intereses, otros-, familiar y profesional de clientes tipo.
- CE1.3** Interpretar instrucciones y mensajes orales, comprendiendo aspectos generales, realizando anotaciones y consiguiendo aclaraciones sobre aspectos ambiguos, siempre que pueda pedir que se le repita, o que se reformule, aclare o elabore algo de lo que se le ha dicho. **CE1.4** En un supuesto práctico de interpretación de comunicaciones orales, en una situación profesional definida en la que se simula la atención a un cliente:
- Identificar las demandas formuladas oralmente por el cliente, interno o externo, explicando las ideas principales a un superior.
 - Identificar los elementos no verbales de comunicación, haciendo evidente al interlocutor que se le presta la atención requerida.
 - Realizar anotaciones sobre elementos importantes del mensaje mientras se escucha el mismo.
 - Aplicar estrategias para favorecer y confirmar la recepción del mensaje.
- C2:** Aplicar técnicas de interpretación con un nivel de usuario básico en documentos escritos en lengua inglesa, con distintos tipos de informaciones y formato, garantizando la comprensión de textos cortos y simples, que traten de asuntos cotidianos o de su área de interés o especialización.

CE2.1 Interpretar el sentido general, los puntos principales e información relevante de documentos con léxico habitual o menos frecuente, dentro de un área de interés o especialidad profesional e identificar herramientas y recursos de traducción de acceso rápido, justificando su uso.

CE2.2 Interpretar el mensaje de cartas, faxes o correos electrónicos de carácter formal, oficial o institucional como para poder reaccionar en consecuencia.

CE2.3 Localizar con facilidad información específica de carácter concreto en textos periodísticos en cualquier soporte, bien estructurados y de extensión media, reconociendo las ideas significativas e identificando las conclusiones principales siempre que se puedan releer alguna de las partes.

CE2.4 Identificar, entendiendo la información específica de carácter concreto en páginas Web y otros materiales de referencia o consulta claramente estructurados sobre asuntos ocupacionales relacionados con su especialidad o con sus intereses.

CE2.5 En un supuesto práctico de interpretación de comunicaciones escritas, a partir de documentos reales y habituales pertenecientes al campo de especialización:

- Identificar el tipo de información solicitada en cada apartado a fin de dar cumplida contestación.
- Identificar las características del tipo de documento incorporando la información demandada.
- Extraer detalles específicos tales como nombres, horas, fechas, tarifas, cuotas, precios, características técnicas, u otras, de fuentes y textos diversos.
- Interpretar con exactitud expresiones específicas del ámbito profesional.
- Inferir el posible significado de palabras y expresiones desconocidas a partir del análisis del contexto en el que se encuentran.
- Traducir el contenido de los documentos garantizando el respeto a la temática de la actividad profesional.
- Comprobar la comprensión y comunicarlo a la persona responsable.

CE2.6 Comprender la información específica de carácter concreto en avisos, carteles, rótulos de advertencia y peligro.

CE2.7 Contextualizar la información traducida en textos escritos en lengua inglesa con un nivel de usuario básico.

CE2.8 Traducir la documentación no compleja ni extensa de manera precisa, utilizando las herramientas de traducción adaptadas a la comprensión del texto.

C3: Expresarse oralmente, en lengua inglesa con un nivel de usuario básico, demostrando claridad y detalle, en situaciones tipo no complejas del ámbito social y profesional, adecuando el discurso a la situación comunicativa.

CE3.1 Identificar transacciones y gestiones tales como estructuras, registros y formalidades obteniendo los datos precisos para el desarrollo de la actividad profesional.

CE3.2 En un supuesto práctico de simulaciones de transmisión de mensajes e instrucciones orales de forma presencial, directa, o telefónica:

- Transmitir el mensaje propuesto de forma precisa, clara.
- Describir oralmente las fases de las instrucciones o procedimientos propuestos, demostrando precisión.
- Utilizar el vocabulario correspondiente, así como otros elementos del lenguaje que produzcan un discurso claro y coherente.
- Expresar sugerencias comprobando su efecto sobre el interlocutor.
- Ofrecer la información verbal de forma clara en un discurso comprensible.

CE3.3 Analizar la información no oral que se produce en intercambios o conversaciones para ser contrastada con el contexto y así conseguir los datos a obtener.

CE3.4 Participar en conversaciones sencillas, formales, entrevistas y reuniones de carácter laboral, sobre temas habituales en estos contextos, intercambiando información y opiniones

CE3.5 Utilizar con corrección el léxico específico del ámbito profesional con flexibilidad, adaptándolo a las características socioculturales del interlocutor y a las del contexto comunicativo dado, adecuando la formulación del discurso, el registro y los elementos no verbales de la comunicación.

C4: Mantener conversaciones comprensibles, en lengua inglesa con un nivel de usuario básico, comprendiendo y proporcionando explicaciones en situaciones habituales tipo, rutinarias del ámbito profesional.

CE4.1 En un supuesto práctico de intercambio de información oral, en simulaciones previamente definidas de atención y asesoramiento de clientes a través de conversaciones uno a uno:

- Aplicar las normas de protocolo en el discurso con el interlocutor.
- Informar utilizando las normas de protocolo y cortesía en el registro lingüístico.
- Emplear las estructuras y fórmulas de cortesía de la lengua y cultura del interlocutor, aplicándolas en saludos, despedidas, ofrecimientos, peticiones u otras.
- Expresarse con corrección, de manera comprensible, empleando las expresiones léxicas específicas adecuadas a la actividad profesional.
- Valorar la importancia de los aspectos socioculturales en la comunicación entre interlocutores de distintas lenguas y culturas.

CE4.2 Utilizar el vocabulario técnico adecuado en el marco de la actividad profesional, demostrando el nivel de eficacia y corrección que permita la comunicación, utilizando las expresiones técnicas habituales en las conversaciones con pautas de cortesía asociadas a la cultura de la lengua utilizada y del interlocutor.

CE4.3 En un supuesto práctico de intercambio de información oral, previamente definido en el que se plantean situaciones delicadas o conflictivas:

- Identificar las normas de protocolo, aplicándolas en el saludo al interlocutor.
- Expresar aceptación, no aceptación, conformidad o rechazo en la atención de una consulta, queja o reclamación tipo, utilizando el lenguaje y la entonación adecuada a la situación.
- Pedir disculpas comunicando de manera sucinta los errores cometidos.
- Reformular las expresiones en las que se presentan dificultades.
- Valorar la importancia de los aspectos socioculturales en la comunicación entre interlocutores de distintas lenguas y culturas.
- Presentar la situación al superior responsable para que él se encargue de su resolución.

C5: Aplicar técnicas de redacción y cumplimentación de documentos profesionales sencillos y habituales en las actividades laborales, en lengua inglesa con un nivel de usuario básico, de manera precisa y en todo tipo de soporte, utilizando el lenguaje técnico apropiado, y aplicando criterios de corrección formal, léxica, ortográfica y sintáctica.

CE5.1 Utilizar con corrección los elementos gramaticales, los signos de puntuación y la ortografía de las palabras de uso general y de las especialidades de su actividad profesional, así como un repertorio de estructuras habituales relacionadas con las situaciones más predecibles, no

generando en ningún caso malentendidos y generando efecto de profesionalidad en el destinatario.

CE5.2 Incorporar a la producción del texto escrito los conocimientos socioculturales y sociolingüísticos adquiridos relativos a relaciones interpersonales y convenciones sociales, seleccionando y aportando información, ajustando la expresión al destinatario, al propósito comunicativo, al tema tratado y al soporte textual con cortesía.

CE5.3 En un supuesto práctico de gestión de reclamaciones, incidencias o malentendidos:

- Identificar los documentos para la formalización de la gestión deseada.
- Describir por escrito las características esenciales de la información o requerimiento propuesto.
- Expresar aceptación, no aceptación, conformidad o rechazo en la atención de una consulta, queja o reclamación tipo, utilizando el lenguaje adecuado a la actividad profesional. - Redactar un conjunto de instrucciones dirigidas al destinatario propio de la comunicación.
- Complimentar el documento específico detallando los datos requeridos con precisión.
- Resumir las informaciones procedentes de diversas fuentes en un informe breve y sencillo.
- Verificar la corrección gramatical y ortográfica del texto.
- Pedir disculpas comunicando de manera clara y sencilla los errores cometidos.

Capacidades cuya adquisición debe ser completada en un entorno real de trabajo

C1 respecto a CE1.4; C2 respecto a CE2.5; C3 respecto a CE3.2; C4 respecto a CE4.1 y CE4.3; C5 respecto a CE5.3.

Otras Capacidades:

Interpretar y ejecutar instrucciones de trabajo

Aprender nuevos conceptos o procedimientos y aprovechar eficazmente la formación utilizando los conocimientos adquiridos.

Mantener una actitud asertiva, empática y conciliadora con los demás demostrando cordialidad y amabilidad en el trato.

Trasmitir información con claridad, de manera ordenada, estructurada, clara y precisa respetando los canales establecidos en la organización.

Adoptar códigos de conducta tendentes a transmitir el contenido del principio de igualdad. Adaptarse a situaciones o contextos nuevos.

Contenidos

1 Comprensión del mensaje oral emitido en lengua inglesa con un nivel de usuario básico

Comprensión de textos orales: expresión e interacción.

Estrategias de comprensión: movilización de información previa sobre tipo de tarea y tema, identificación del tipo textual, adaptando la comprensión al mismo, distinción de tipos de comprensión, formulación de hipótesis sobre contenido y contexto, reformulación de hipótesis e información a partir de la comprensión de nuevos elementos, reconocimiento del léxico escrito común, distinción y aplicación a la comprensión del texto oral, los significados y funciones específicos generalmente asociados a diversas estructuras sintácticas de uso común según el contexto de comunicación, aspectos socioculturales y sociolingüísticos: convenciones sociales, normas de cortesía y registros; costumbres, valores, creencias y actitudes.

Funciones comunicativas: iniciación y mantenimiento de relaciones personales y sociales.

Estructuras sintáctico-discursivas: léxico oral de uso común (recepción). Patrones sonoros acentuales, rítmicos y de entonación.

2 Elaboración del mensaje oral emitido en lengua inglesa con un nivel de usuario básico

Producción de textos orales: expresión e interacción.

Estrategias de producción.

Planificación: concebir el mensaje con claridad, distinguiendo su idea o ideas principales y su estructura básica, adecuar el texto al destinatario, contexto y canal.

Ejecución: expresar el mensaje con claridad y coherencia, estructurándolo adecuadamente y ajustándose, en su caso, a los modelos y fórmulas de cada tipo de texto, reajustar la tarea o el mensaje, tras valorar las dificultades y los recursos disponibles, apoyarse en y sacar el máximo partido de los conocimientos previos, compensar las carencias lingüísticas mediante procedimientos lingüísticos, paralingüísticos o paratextuales.

Lingüísticos: definir o parafrasear un término o expresión, pedir ayuda, señalar objetos, usar deícticos o realizar acciones que aclaran el significado, usar lenguaje corporal culturalmente pertinente - gestos, expresiones faciales, posturas, contacto visual o corporal- y cualidades prosódicas convencionales.

Aspectos socioculturales y sociolingüísticos.

Estructuras sintáctico-discursivas: léxico oral de uso común (producción).

3 Comprensión del mensaje escrito emitido en lengua inglesa con un nivel de usuario básico

Comprensión de textos escritos: expresión e interacción.

Estrategias de comprensión: identificación de información esencial, los puntos más relevantes y detalles importantes en textos, distinción de tipo de texto y aplicar las estrategias más adecuadas para comprender el sentido general, la información esencial, los puntos e ideas principales o los detalles relevantes del texto, aplicación a la comprensión del texto, los conocimientos sociolingüísticos, inferencia y formulación de hipótesis sobre significados a partir de la comprensión de distintos elementos, distinción de la función o funciones comunicativas principales del texto, reconocimiento del léxico escrito común y estructuras sintácticas de uso frecuente.

Aspectos socioculturales y sociolingüísticos.

Funciones comunicativas: iniciación y mantenimiento de relaciones personales y sociales.

Estructuras sintáctico-discursivas: léxico escrito de uso común (producción). Patrones gráficos y convenciones ortográficas.

4 Producción del mensaje escrito emitido en lengua inglesa con un nivel de usuario básico

Producción de textos escritos: expresión e interacción.

Estrategias de producción. Planificación: movilizar las competencias generales y comunicativas con el fin de realizar eficazmente la actividad profesional, localizar y usar recursos lingüísticos o temáticos.

Ejecución: expresar el mensaje con claridad ajustándose a los modelos y fórmulas de cada tipo de texto, reajustar la tarea o el mensaje tras valorar las dificultades y los recursos disponibles, apoyarse en y sacar el máximo partido de los conocimientos previos, ajustarse a los patrones ortográficos, de puntuación y de formato de uso común, y algunos de carácter más específico.

Aspectos socioculturales y sociolingüísticos.

Funciones comunicativas: iniciación y mantenimiento de relaciones personales y sociales. Estructuras sintáctico-discursivas: léxico escrito de uso común (producción).

Parámetros de contexto de la formación

Espacios e instalaciones

Los talleres e instalaciones darán respuesta a las necesidades formativas de acuerdo con el contexto profesional establecido en la unidad de competencia asociada, teniendo en cuenta la normativa aplicable del sector productivo, prevención de riesgos, salud laboral, accesibilidad universal y protección medioambiental. Se considerará con carácter orientativo como espacios de uso:

- Instalación de 3 m² por alumno o alumna.

Perfil profesional del formador o formadora:

1. Dominio de los conocimientos y las técnicas relacionadas con la comunicación en lengua inglesa con un nivel de usuario básico, que se acreditará mediante una de las dos formas siguientes:
 - Formación académica de nivel 2 (Marco Español de Cualificaciones para la Educación Superior) o de otras de superior nivel relacionadas con el campo profesional.
 - Experiencia profesional de un mínimo de 3 años en el campo de las competencias relacionadas con este módulo formativo.
2. Competencia pedagógica acreditada de acuerdo con lo que establezcan las Administraciones competentes.

DEROGADA

MÓDULO FORMATIVO 4

GESTIÓN DE UNIDADES DE INFORMACIÓN Y DISTRIBUCIÓN TURÍSTICAS

Nivel:	3
Código:	MF0268_3
Asociado a la UC:	UC0268_3 - GESTIONAR UNIDADES DE INFORMACIÓN Y DISTRIBUCIÓN TURÍSTICAS
Duración (horas):	120
Estado:	BOE

Capacidades y criterios de evaluación

- C1:** Analizar supuestos escenarios de planificación en empresas o entidades, definiendo objetivos de unidades de información y/o distribución de ofertas de servicios turísticos.
- CE1.1** Justificar la importancia de la planificación en supuestos procesos de administración en unidades de información y/o distribución de ofertas de servicios turísticos, identificándolos cronológicamente.
- CE1.2** Clasificar tipos de planes para unidades de información y/o distribución de ofertas de servicios turísticos, diferenciándolos por categorías.
- CE1.3** Describir fases de un proceso de planificación en unidades de información y/o distribución de ofertas de servicios turísticos para establecer objetivos, tomar decisiones y seleccionar medios, verificándolos en función de objetivos marcados.
- CE1.4** Identificar elementos metodológicos para establecer un proceso de dirección por objetivos, cumpliendo directrices marcadas por supuestas unidades de información y/o distribución de ofertas de servicios turísticos.
- CE1.5** En un supuesto práctico de una unidad de información y distribución de ofertas de servicios turísticos a partir de un proyecto dado:
- Formular objetivos para una unidad de información y/o distribución de ofertas de servicios turísticos determinada en el marco de hipotéticos planes generales de empresa o entidad. - Seleccionar opciones de actuación para la consecución de los objetivos propuestos identificándolos cronológicamente.
 - Planificar medios humanos y materiales en programas de actuación, determinándolos en función de objetivos propuestos.
- C2:** Analizar estructuras organizativas y funcionales de relaciones internas y externas propias de unidades de información y/o distribución de ofertas de servicios turísticos, justificándolas en función de tipos de empresas o entidades.
- CE2.1** Clasificar tipos de distribuidores turísticos y de entidades que prestan información turística, llevando a cabo su caracterización.
- CE2.2** Describir factores y criterios de estructuración de relaciones internas y externas que determinan la supuesta organización de la unidad de información.

CE2.3 Identificar estructuras y relaciones internas de supuestas unidades de información y/o distribución de ofertas de servicios turísticos, distribuyendo funciones según objetivos.

CE2.4 Describir documentos internos y externos como ficheros, bases de datos, entre otros que se generan en supuestas relaciones entre unidades de información turísticas y proveedores externos.

CE2.5 Describir relaciones comerciales externas de supuestas unidades con, agentes sociales y culturales, entre otros.

CE2.6 En un supuesto práctico de diseño de estructuras organizativas y funcionales de unidades de información y distribución turísticas con un proyecto dado:

- Evaluar la organización, definiendo críticamente la idoneidad de las soluciones organizativas existentes.
- Proponer soluciones y planes de mejora sobre la estructura organizativa y relaciones departamentales analizadas, justificando de forma objetiva dichas propuestas.
- Justificar la propuesta de soluciones y planes de mejora, siguiendo criterios de estacionalidad.

CE2.7 En un supuesto práctico de organización funcional de una unidad de información y distribución de ofertas de servicios turísticos:

- Describir puestos de trabajo necesarios, adaptándolos según objetivos a alcanzar.
- Definir los límites de responsabilidad, funciones y tareas de cada componente de los equipos de trabajo de la unidad, adecuándolos a la organización.
- Estimar los tiempos de trabajo de las actividades profesionales más significativas, cumpliendo objetivos marcados.
- Establecer los procedimientos correspondientes a los servicios que se prestan y tareas que se realizan en la unidad de información y distribución turísticas, explicándolos.

C3: Analizar la gestión y control de presupuestos en el marco de unidades de información y distribución turística, identificando costes tipo para la elaboración de presupuestos económicos que permitan establecer programas de actuación.

CE3.1 Identificar tipos de costes empresariales, estructuras de distribuidores turísticos y entidades de información turística estableciendo programas de actuación.

CE3.2 Calcular costes totales unitarios y márgenes con respecto a los precios de venta de servicios y productos turísticos.

CE3.3 Justificar la gestión presupuestaria como subfunción empresarial planificación y control.

CE3.4 Diferenciar tipos de presupuestos 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.

CE3.5 En un supuesto práctico de análisis económico y presupuestario caracterizado por los objetivos establecidos para la unidad y en base a la estructura económica y al volumen de un negocio concreto:

- Definir tipos de presupuestos, identificando variables.
- Analizar el entorno económico de la entidad, detectando posibles riesgos.
- Analizar presupuestos de inversión y financiación, de explotación y de tesorería extrayendo información objetiva.
- Detectar puntos muertos de explotación y niveles de productividad, apoyándose en herramientas digitales, herramientas informáticas, entre otros.

CE3.6 En un supuesto práctico de gestión y control de presupuestos de una unidad de información y distribución turística:

- Calcular desviaciones presupuestarias, estableciendo medidas correctoras.
- Aislar causas de desviaciones, analizando motivos.
- Proponer medidas correctoras, estableciendo instrumentos de seguimiento y control de las mismas.

CE3.7 Aplicar técnicas de control presupuestario propios de unidades de información y distribución turísticas, justificando la fluctuación de las distintas partidas presupuestarias en función de los picos de estacionalidad.

C4: Aplicar técnicas de dinámica de grupos, motivación y liderazgo propias de unidades de información y distribución turísticas, adaptándolas según objetivos y tipo de organización.

CE4.1 Analizar métodos estandarizados para la definición de puestos de trabajo y selección de personal.

CE4.2 En un supuesto práctico de personal en una unidad de información y distribución turística caracterizado por un organigrama funcional dado:

- Definir 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.
- Evaluar el desempeño del personal con el fin de detectar áreas de oportunidad o de mejoramiento continuo de forma periódica.

CE4.3 Explicar la lógica de los procesos de toma de decisiones relacionadas con la integración y dirección de personal.

CE4.4 Justificar la figura del directivo y del líder en una organización, definiendo su perfil. **CE4.5** Describir las técnicas de dirección y dinamización de equipos y reuniones de trabajo aplicables a unidades de información y distribución turísticas, justificándolas según objetivos. **CE4.6** Justificar los procesos de motivación del personal adscrito a unidades de información y distribución turísticas, describiendo en función del trabajo a desarrollar.

CE4.7 En un supuesto práctico de relación profesional entre miembros de unidades de información y distribución turísticas caracterizado por la tipología de la entidad y por el número y las funciones del personal dependiente:

- Utilizar técnicas de comunicación para recibir y emitir instrucciones e información, intercambiando ideas u opiniones, asignando tareas y coordinando planes de trabajo.
- Intervenir en supuestos conflictos originados mediante la negociación y la consecución de la participación de los miembros del grupo en la detección del origen del problema.
- Ejercer el liderazgo, en el marco de sus competencias profesionales, tomando decisiones en cada situación.
- Dirigir equipos de trabajo, integrando y coordinando las necesidades del grupo en el marco de objetivos, políticas o directrices predeterminados.
- Dirigir reuniones de trabajo, dinamizándolas, colaborando activamente o consiguiendo la colaboración de los participantes.

C5: Aplicar modos de implementación y gestión de sistemas de calidad y de cultura corporativa propios de unidades de distribución e información turísticas, justificando sus aplicaciones.

CE5.1 Explicar la aplicación de los factores de calidad y de cultura corporativa en unidades de distribución e información identificando características.

CE5.2 Describir funciones en gestión de calidad y de cultura corporativa en relación con los objetivos de supuestas unidades de distribución e información turísticas, distribuyendo su cometido.

CE5.3 Coordinar la gestión de un sistema de calidad y de cultura corporativa de servicios turísticos 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.

CE5.4 En un supuesto práctico de implementación y gestión de sistemas de calidad y cultura corporativa en unidades de distribución e información turísticas:

- Diseñar los servicios de los respectivos departamentos o unidades, identificando demandas. - Establecer indicadores de calidad que permitan medir el nivel de satisfacción de los clientes con respecto a los mismos.
- Aplicar las herramientas para la determinación y análisis, solucionando causas de la no-calidad de los servicios turísticos.
- Redactar memorias de evaluación, aplicando técnicas de recopilación, sistematización, archivo y actualización de supuesta información obtenida.
- Evaluar el sistema de calidad y de gestión de cultura corporativa, identificando deficiencias y áreas de mejora, desarrollando planes de mejora.

Capacidades cuya adquisición debe ser completada en un entorno real de trabajo

C1 respecto a CE1.5; C2 respecto a CE2.6 y CE2.7; C3 respecto a CE3.5 y CE3.6; C4 respecto a CE4.2 y CE4.7; C5 respecto a CE5.4.

Otras Capacidades:

Responsabilizarse del trabajo que desarrolla y del cumplimiento de los objetivos.

Participar y colaborar activamente en el equipo de trabajo.

Comunicarse eficazmente con las personas adecuadas en cada momento, respetando los canales establecidos en la organización.

Cumplir las medidas que favorezca el principio de igualdad de trato y de oportunidades entre hombres y mujeres.

Demostrar flexibilidad para entender los cambios.

Demostrar cierto grado de autonomía en la resolución de contingencias relacionadas con su actividad.

Valorar el talento y el rendimiento profesional con independencia del género.

Contenidos

1 La planificación empresarial en las unidades de información y distribución turísticas

La planificación en el proceso de administración de una entidad.

Tipos de planes: objetivos, estrategias y políticas.

Fases del proceso de planificación.

Elementos del proceso de dirección por objetivos.

Sistemas de revisión periódica de la planificación en una entidad turística.

Características diferenciadoras de las entidades del sector turístico en el proceso de planificación.

Normativa aplicable sobre entidades vinculadas a la gestión de productos y servicios turísticos.

Tipología y clasificación de estas entidades.

Patrones de organización en entidades de gestión de productos y servicios turísticos.
Relaciones internas y externas de unidades de información y distribución de productos y servicios turísticos.
Tipos de información y documentos internos y externos que se generan en el marco de estructuras y relaciones interdepartamentales de unidades de información y distribución turísticas.

2 Definición de puestos de trabajo, selección y dirección de personal en unidades de información y distribución turísticas

Métodos para la definición de puestos de trabajo en una organización.
Métodos para la selección de trabajadores cualificados en una entidad.
Características diferenciadoras de una unidad de información y gestión de productos y servicios turísticos en la definición de puestos de trabajo y de selección de personal para los mismos.
Planificación de los RRHH en una oficina turística: horarios, temporadas, formación continua, otros.
La función de integración del personal de unidades de negocios.
Técnicas de comunicación y de motivación adaptadas a la integración de personal en las instituciones.
La dirección y el liderazgo en las organizaciones.
Negociación en el entorno laboral.
Solución de problemas y toma de decisiones.
Dinamización de equipos y reuniones de trabajo.
La evaluación, la formación y la motivación en el entorno laboral.
Características diferenciadoras de las unidades de información y distribución de productos y servicios turísticos en el ámbito de la dirección de recursos humanos.

3 El control presupuestario en unidades de información y distribución turísticas

Tipos de costes, características y cálculo.
Justificación de la gestión presupuestaria.
Tipos de presupuestos.
Clasificación de los presupuestos: el presupuesto base o maestro.
Elaboración de los presupuestos.
El control presupuestario.
Elementos diferenciadores del proceso presupuestario en una unidad de información y distribución de productos y servicios turísticos.

4 Estructuras organizativas y funcionales de distribuidores turísticos y entidades de información turística

Factores y líneas de estructuración para la eficacia de organizaciones.
Funciones propias de los departamentos que componen la entidad; puntos de unión entre ellos.
Fases de la generación de documentos tanto internos como externos.
Objetivos de las relaciones con otros tipos de entidades.
Competencias requeridas para realizar las tareas correspondientes en los puestos de trabajo.
Aplicaciones informáticas en unidades de información y distribución turísticas.

5 Gestión de la cultura corporativa y calidad en las unidades de distribución e información turísticas

Cultura corporativa, responsabilidad social corporativa (RSC).
Imagen de marca: misión, visión y valores.

Calidad en los productos y servicios y evolución histórica de la calidad.
Sistemas y normas de calidad.
La gestión de la calidad total.
El sistema de calidad del Instituto para la Calidad Turística Española (ICTE).
Proceso de implementación de un sistema de calidad.
Diseño de los productos y servicios y sus estándares de calidad. Gestión de la calidad y los planes de mejora continua.
La evaluación de la satisfacción del cliente de productos y servicios turísticos.
Procedimientos para el tratamiento de quejas y sugerencias.
Gestión documental del sistema de calidad.
Evaluación del sistema de calidad.

Parámetros de contexto de la formación

Espacios e instalaciones

Los talleres e instalaciones darán respuesta a las necesidades formativas de acuerdo con el contexto profesional establecido en la unidad de competencia asociada, teniendo en cuenta la normativa aplicable del sector productivo, prevención de riesgos laborales, accesibilidad universal y protección medioambiental. Se considerará con carácter orientativo como espacios de uso:

- Taller de 4 m² por alumno o alumna.
- Instalación de 2 m² por alumno o alumna.

Perfil profesional del formador o formadora:

1. Dominio de los conocimientos y las técnicas relacionado con la gestión de unidades de información y distribución turísticas, que se acreditará mediante una de las dos formas siguientes:
 - Formación académica de nivel 2 (Marco Español de Cualificaciones para la Educación Superior) o de otras de superior nivel relacionadas con el campo profesional.
 - Experiencia profesional de un mínimo de 3 años en el campo de las competencias relacionadas con este módulo formativo.
2. Competencia pedagógica acreditada de acuerdo con lo que establezcan las Administraciones competentes.