

CUALIFICACIÓN PROFESIONAL:

Promoción turística local e información al visitante

Familia Profesional:	Hostelería y Turismo
Nivel:	3
Código:	HOT336_3
Estado:	BOE
Publicación:	RD 1700/2007
Referencia Normativa:	RD 930/2020

Competencia general

Promocionar y comercializar destinos turísticos locales, gestionando servicios de información turística y participando en la creación, comercialización y gestión de productos y servicios turísticos del entorno local, utilizando, en caso necesario, la lengua inglesa.

Unidades de competencia

UC1074_3: Gestionar información turística.

UC1075_3: Crear, promocionar y gestionar servicios y productos turísticos locales.

UC0268_3: GESTIONAR UNIDADES DE INFORMACIÓN Y DISTRIBUCIÓN TURÍSTICAS

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

Entorno Profesional

Ámbito Profesional

Desarrolla su actividad, fundamentalmente, en entes públicos o público-privados cuya finalidad es la planificación y el desarrollo turístico territorial. Ejerce sus funciones como personal de contacto con los usuarios del servicio o en puestos de gestión supervisados, dependiendo del tamaño y complejidad de la estructura en que se integra, o para la que trabaje desde la empresa privada.

Sectores Productivos

Desarrolla su actividad, fundamentalmente, en centros de visitantes, oficinas municipales de información turística, oficinas de congresos, patronatos, consorcios o cualquier otro ente público, local o autonómico. En su ámbito profesional presta información y asesoramiento, colabora en actividades de planificación, creación de producto y promoción turísticas y gestiona unidades de información y distribución turísticas.

Ocupaciones y puestos de trabajo relevantes

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

- Técnico de empresa de consultoría turística
- Coordinador de calidad en empresa y entidades de servicios turísticos
- Promotor turístico
- Informador turístico

- Jefe de oficina de información turística
- Agente de desarrollo turístico local

Formación Asociada (600 horas)

Módulos Formativos

MF1074_3: Información turística. (180 horas)

MF1075_3: Productos y servicios turísticos locales. (180 horas)

MF0268_3: GESTIÓN DE UNIDADES DE INFORMACIÓN Y DISTRIBUCIÓN TURÍSTICAS (120 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)

Correspondencia entre determinadas unidades de competencia suprimidas y sus equivalentes actuales en el Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales

Unidad de Competencia suprimida del Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales (código)	Requisitos adicionales	Unidad de Competencia equivalente en el Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales (código)
UC1057_2	NO	UC9998_2

Correspondencia entre unidades de competencia actuales y sus equivalentes suprimidas del Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales

Unidad de Competencia actual del Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales (código)	Requisitos adicionales	Unidad de Competencia suprimida del Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales (código)
UC9998_2	NO	UC1057_2

UNIDAD DE COMPETENCIA 1

Gestionar información turística.

Nivel: 3
Código: UC1074_3
Estado: BOE

Realizaciones profesionales y criterios de realización

RP1: Seleccionar, almacenar y procesar información de interés sobre el entorno local para dar a conocer su potencial turístico, adaptándose a los requerimientos y necesidades de los clientes y a los objetivos del centro o de la planificación del destino.

CR1.1 La información necesaria para llevar a cabo la elaboración de materiales y atención a visitantes y residentes se delimita para captar principalmente aquella que sea realmente útil a los fines que debe servir.

CR1.2 Las fuentes de información se identifican y seleccionan para la obtención de los datos necesarios, en función de su fiabilidad, periodicidad, continuidad y grado de elaboración.

CR1.3 Los soportes necesarios para la recogida de información de utilidad del destino y su área de influencia se diseñan de forma que faciliten la consecución de los fines para los que se crean y la actualización, registro y archivo de la información.

CR1.4 El archivo y clasificación de la información se realiza de acuerdo con normas establecidas de forma que permanezca fácilmente accesible y facilite su explotación en función de los objetivos y/o públicos a los que vaya destinada.

CR1.5 La actualización de los datos procedentes de las distintas fuentes se realiza de forma periódica, disponiendo así en todo momento de información fiable.

CR1.6 La información procesada se dispone en soportes de difusión que permiten su conocimiento y utilización, tanto hacia el interior como hacia el exterior del centro informativo, adaptándola de forma que responda a los objetivos y tipología del centro de información de que se trate en cada caso y a los distintos segmentos de potenciales clientes y clientes reales a los que se dirige la actividad.

CR1.7 La cesión y petición de información entre redes de centros o servicios de información turística se realiza mediante la utilización de soportes normalizados.

RP2: Programar y controlar las actividades de un centro de información turística para adecuarlas a las características del entorno local y a las demandas de los clientes y alcanzar los objetivos previstos.

CR2.1 La planificación turística del destino se analiza y emplea para adaptar el servicio.

CR2.2 Los objetivos de carácter particular del centro se fijan en función de las necesidades de los clientes y del carácter informativo y promocional del servicio, en el marco de la planificación general de la entidad.

CR2.3 El perfil de los usuarios actuales y potenciales del servicio se identifica y emplea para la adaptación de las actividades y servicios a sus demandas.

CR2.4 Los programas de actuación se elaboran en función de los recursos disponibles, teniendo en cuenta las necesidades detectadas y la estacionalidad característica de la actividad.

CR2.5 Los soportes previstos para la recogida de datos y seguimiento de la actividad del centro se formalizan, trasladan y archivan según los procedimientos establecidos.

CR2.6 El análisis de los datos obtenidos a partir de los indicadores establecidos se realiza para controlar la actividad del centro, informar a la persona o institución responsable sobre los resultados de la gestión y proponer o, en su caso, adoptar las medidas correctivas oportunas y las innovaciones que demanda el mercado.

RP3: Organizar los recursos necesarios para llevar a cabo la prestación de servicios del centro de información turística, adaptándose a las distintas situaciones que puedan plantearse o a las condiciones particulares del entorno local.

CR3.1 Los espacios, mobiliario y equipamiento necesarios para la prestación del servicio se definen y disponen en función de criterios que faciliten una mejor atención a los usuarios, tanto en el caso de instalaciones estables como temporales.

CR3.2 Las necesidades de inversión, reposición, gestión de permisos, señalización y, en su caso, almacenamiento, transporte y desmontaje, se planifican.

CR3.3 El personal se distribuye en función de los programas que se ejecuten de forma que se asegure que todos los turnos y programas quedan atendidos, procurando además la motivación del personal y la adecuación de sus perfiles a los programas que se abordan.

CR3.4 En el caso de existir, los uniformes y herramientas complementarias de identificación y trabajo del personal se inventarían, y se planifica su reposición y distribución.

CR3.5 La señalización interna y externa se dispone de forma que los accesos a los puntos de información y su ubicación estén claramente visibles.

CR3.6 La contratación de suministros y servicios, tales como telefonía, acceso a Internet, acometidas de luz y agua, servidor de la web, limpieza, rotulación y otros, se planifica y formaliza teniendo en cuenta las necesidades propias del centro, de la actividad y de la estacionalidad que le es característica.

CR3.7 El procedimiento de difusión de la información se establece de forma que permita activar su utilización por parte de los potenciales usuarios y distribuidores-colaboradores y garantice su transmisión.

CR3.8 La forma de organizar y gestionar el almacén y/o almacenes o centros de distribución se establece, de forma que permita una pronta localización individualizada de los materiales, según las necesidades del punto de información individual y una ágil distribución a los puntos de información dependientes.

RP4: Atender y asesorar a visitantes y residentes en las demandas de información y en la formulación de quejas o reclamaciones, garantizando en todo momento la calidad de la información prestada.

CR4.1 La recepción de los clientes se realiza con amabilidad, aplicando normas de cortesía y técnicas de acogida, utilizando los distintivos para la identificación personal en el caso de atención directa en los puntos de información.

CR4.2 Se determinan las vías o canales para la atención y satisfacción de demandas de información y asesoramiento previas a la realización del viaje: página web, teléfono, correo postal, fax o correo electrónico.

CR4.3 Las peticiones y solicitudes de información se atienden de forma objetiva y clara, utilizando todo tipo de medios para su transmisión, adaptándola a los distintos tipos de usuarios del servicio y buscando en todo momento obtener su satisfacción.

CR4.4 La comunicación con los clientes es fluida, utilizando el medio más eficaz para poder conseguir una buena interacción y comprensión en la comunicación.

CR4.5 La atención de quejas, reclamaciones y sugerencias se realiza de forma eficaz, asumiendo aquellas cuya solución sea posible, informando a los usuarios del servicio acerca de las instancias a que deben dirigirse en caso de imposibilidad de resolución o ausencia de competencia y procediendo a la documentación y archivo de las mismas.

CR4.6 Las solicitudes de cesión o intercambio de información entre centros o redes de centros de información se atienden con la mayor brevedad posible, disponiéndose de la cantidad y calidad de información suficiente como para prestar un servicio satisfactorio.

Contexto profesional

Medios de producción

Medios y equipos ofimáticos con conexión a Internet. Mobiliario de oficina especialmente adaptado a las características del servicio. Pupitres de información para lugares estratégicos. Teléfono, fax y correo electrónico. Expositores de material informativo y promocional. Ediciones turísticas y, en su caso, material promocional y/o de venta. Impresos y documentos administrativos. Documentación informativa. Material de oficina diverso.

Productos y resultados

Información de interés sobre el entorno seleccionada, clasificada y procesada. Programación y control, a su nivel, de las actividades de un centro de información realizadas. Recursos necesarios para llevar a cabo la prestación del servicio de información turística organizados. Atención y asesoramiento al público por distintas vías en sus demandas de información, reclamaciones o quejas presentadas.

Información utilizada o generada

Planificación estratégica del destino o zona turística. Información, especialmente del entorno local y en todo tipo de soportes, sobre mercados, destinos, productos, recursos y servicios turísticos, planos y mapas. Documentos para extender quejas o reclamaciones. Documentos para la gestión económico-administrativa. Legislación turística. Información sobre proveedores de servicios, precios y tarifas. Normativa interna del centro de información. Información específica adaptada y sintetizada para los visitantes. Informes de evaluación del servicio prestado.

UNIDAD DE COMPETENCIA 2

Crear, promocionar y gestionar servicios y productos turísticos locales.

Nivel: 3
Código: UC1075_3
Estado: BOE

Realizaciones profesionales y criterios de realización

RP1: Evaluar la potencialidad turística del entorno local, a partir de sus recursos, servicios e infraestructuras, teniendo en cuenta las tendencias y demandas reales y potenciales del mercado.

CR1.1 Las fuentes de información se identifican y seleccionan para su utilización en la obtención de información.

CR1.2 La información sobre la demanda turística actual y potencial del destino se identifica para detectar oportunidades de creación y desarrollo de productos turísticos locales.

CR1.3 Los componentes de la oferta turística de su ámbito, como recursos, servicios e infraestructuras, se identifican y catalogan para disponer de la información básica para la creación del producto.

CR1.4 Los destinos competidores y buenas prácticas se analizan para identificar su posicionamiento y sus productos y servicios turísticos desarrollados.

CR1.5 Los métodos más adecuados para obtener un diagnóstico se aplican y las conclusiones sobre su posicionamiento se elaboran.

RP2: Participar en el diseño y mejora de productos y servicios turísticos locales, aportando sugerencias encaminadas a satisfacer las expectativas de la demanda actual y potencial y a rentabilizar los recursos y la oferta de servicios del entorno.

CR2.1 Las posibilidades de explotación turística de su ámbito se identifican y se formula una propuesta razonada de delimitación de tipologías y productos turísticos, teniendo en cuenta criterios ambientales y de desarrollo sostenible.

CR2.2 A partir de los objetivos fijados por la organización, se argumentan las posibilidades y alternativas de creación de nuevos productos o servicios turísticos o la mejora de los ya existentes, estimando su viabilidad comercial, técnica y financiera.

CR2.3 La programación temporal para el desarrollo de los productos y servicios turísticos propuestos se sugiere, argumentando las estrategias de promoción más adecuadas para cada caso.

CR2.4 La participación en la definición de los parámetros y criterios que permitirán evaluar la calidad de los productos o servicios turísticos locales se efectúa mediante la formulación de propuestas razonadas.

CR2.5 Las conclusiones obtenidas y la información elaborada se trasladan a los superiores o responsables de la definición de la oferta turística de su ámbito en el tiempo y forma establecidos.

RP3: Contribuir al desarrollo, organización, control y venta de los productos o servicios turísticos definidos, de modo que resulten atractivos para su demanda potencial y se puedan comercializar.

CR3.1 Las acciones necesarias para el desarrollo de los productos turísticos definidos se proponen y preparan siguiendo instrucciones y contribuyendo a determinar y organizar los recursos humanos y materiales necesarios para su implementación.

CR3.2 La propuesta sobre las entidades, personas y servicios involucrados en el desarrollo de los productos turísticos locales definidos se formula razonadamente.

CR3.3 Las acciones informativas y formativas necesarias se organizan, en su caso, para que las entidades, personas y servicios involucrados tengan conocimiento de los productos turísticos definidos y adquieran la capacitación prevista para el desarrollo de los mismos.

CR3.4 La formulación de orientaciones precisas para asegurar la ejecución de las acciones de acuerdo con el programa elaborado se efectúa en el marco de las directrices recibidas.

CR3.5 La comprobación de que el producto o servicio turístico diseñado se desarrolla en el tiempo y forma establecidos se efectúa para verificar que se cumplen las especificaciones definidas.

RP4: Gestionar actos y programas de promoción turística encaminados a la consecución de los objetivos fijados.

CR4.1 Ideas y sugerencias se aportan a los responsables de la definición de la acción promocional en la zona acerca de:

- Identificación y selección del público objetivo: demanda y operadores del mercado turístico.
- Medios de comunicación, soportes y formas publicitarias más adecuados para llegar al público objetivo.
- Actuaciones de promoción.
- Participación en eventos de ámbito local, insular, provincial, nacional o internacional.
- Diseño y preparación de materiales gráficos de promoción.

CR4.2 La colaboración en la programación de cada acción de promoción se efectúa formulando propuestas acerca de:

- Condiciones de participación, si es un acto externo a la entidad.
- Planning temporal de acciones y programas.
- Recursos humanos y materiales necesarios.
- Competencias y funciones de cada persona, así como plazo y condiciones para su realización.
- Planning horario del desarrollo de cada acto.
- Proveedores que intervienen en el proceso de montaje, decoración u otros servicios para la realización del acto.

CR4.3 Las acciones y tareas previstas se asignan al personal involucrado, previamente formado, asegurando la ejecución de las acciones de acuerdo con el programa establecido.

CR4.4 Las diferentes acciones promocionales se realizan facilitando información, distribuyendo materiales promocionales y atendiendo a peticiones específicas de clientes potenciales.

CR4.5 La participación en el control del desarrollo de la acción promocional se efectúa, asegurándose de que ésta se realiza con arreglo a la programación prevista y de que se informa a las personas o departamentos correspondientes en el tiempo y forma establecidos.

Contexto profesional

Medios de producción

Medios y equipos ofimáticos con conexión a Internet. Mobiliario de oficina especialmente adaptado a las características del servicio. Teléfono y fax. Expositores de material informativo y promocional. Stands para promoción turística en ferias y eventos. Equipos y material audiovisual. Material promocional.

Productos y resultados

Información y documentación relevantes para el sector turístico local analizadas. Participación en la creación, desarrollo y mejora de productos y servicios turísticos de la zona o localidad realizada. Promoción de destinos y productos turísticos locales. Calidad de los servicios y equipamientos que componen el producto turístico local evaluada.

Información utilizada o generada

Directrices y estrategias generales de la entidad. Planes estratégicos o directores del destino. Información y documentación sobre mercados y operadores turísticos. Información sobre recursos, servicios y productos turísticos de la zona en todo tipo de soportes. Legislación turística general y particular. Información sobre acciones comerciales y canales de distribución actuales y pasados de la entidad.

UNIDAD DE COMPETENCIA 3

GESTIONAR UNIDADES DE INFORMACIÓN Y DISTRIBUCIÓN TURÍSTICAS

Nivel: 3
Código: UC0268_3
Estado: BOE

Realizaciones profesionales y criterios de realización

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

CR5.4 El sistema de indicadores y de control de la calidad interna se define, analizando los datos aportados, informando a sus superiores y a otros departamentos implicados y definiendo y aplicando acciones preventivas y correctivas.

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

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

Contexto profesional

Medios de producción

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

Productos y resultados

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

Información utilizada o generada

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

UNIDAD DE COMPETENCIA 4

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, interactuando 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.

MÓDULO FORMATIVO 1

Información turística.

Nivel:	3
Código:	MF1074_3
Asociado a la UC:	UC1074_3 - Gestionar información turística.
Duración (horas):	180
Estado:	BOE

Capacidades y criterios de evaluación

- C1:** Analizar los tipos de centros y servicios de información turística explicando su función en el sector turístico.
- CE1.1** Diferenciar los distintos tipos de centros y servicios de información turística, explicando sus características, funciones, relaciones y dependencias orgánicas.
 - CE1.2** Estimar las funciones de los centros de información turística en el mercado turístico actual y sus relaciones con los distintos agentes turísticos.
 - CE1.3** Describir los servicios o productos que pueden prestar o gestionar los centros de información turística.
 - CE1.4** Identificar las disposiciones legales que regulan el funcionamiento de los centros y oficinas de información turística, precisando sus implicaciones.
 - CE1.5** Describir los espacios, mobiliario, equipamientos y suministros necesarios para el funcionamiento del servicio de información turística.
 - CE1.6** Identificar y describir los canales o circuitos de comunicación o distribución de la información, tanto interna como externa.
 - CE1.7** Explicar las relaciones del centro o servicio con la Administración o entidades públicas o público-privadas que lo crean o gestionan.
 - CE1.8** Especificar los criterios que marcan prioridades en la realización del trabajo en el centro o departamento y la adaptación a la imagen corporativa de la entidad.
- C2:** Analizar las fuentes y métodos que permiten la obtención de información de interés turístico sobre el entorno local, evaluando, seleccionando y adaptando la información obtenida a las necesidades de los clientes.
- CE2.1** Identificar y describir las fuentes de información turística más relevantes.
 - CE2.2** Clasificar las fuentes de información turística en función de su fiabilidad, periodicidad, continuidad y grado de elaboración.
 - CE2.3** Describir y aplicar métodos de recogida y actualización de datos.
 - CE2.4** Describir y aplicar métodos de tratamiento de la información para su adaptación a los públicos a los que va destinada.
 - CE2.5** Describir los distintos tipos de ediciones turísticas divulgativas y sus técnicas de producción.
 - CE2.6** Describir las distintas opciones proporcionadas por las nuevas tecnologías para la difusión de la información turística del destino.
 - CE2.7** Elaborar formularios de solicitud y entrega de información turística entre centros y redes de centros de información turística.

CE2.8 En diversas situaciones prácticas de obtención de información, evaluar y seleccionar la información obtenida y adaptarla a las necesidades de los clientes potenciales.

C3: Aplicar procedimientos de gestión de información, documentación y programas de actividades de modo que sirvan para alcanzar objetivos predeterminados.

CE3.1 Identificar y cumplimentar los documentos propios de un centro o servicio de información turística.

CE3.2 Reconocer y aplicar criterios de registro, archivo y actualización de información.

CE3.3 Elaborar ediciones turísticas sencillas sobre diferentes destinos, adaptadas a los segmentos de público más habituales.

CE3.4 Diseñar estrategias y procedimientos de difusión y transmisión de la información y de fidelización de las consultas a través de Internet.

CE3.5 Identificar procedimientos de control de los programas de actuación previstos en los centros de información turística.

CE3.6 Recoger los datos necesarios para el seguimiento y control de sus actividades.

CE3.7 En diversas situaciones prácticas de gestión de información, analizar los datos obtenidos a partir de los diferentes registros, indicadores y métodos y presentar los informes correspondientes acerca de los resultados.

C4: Integrar información sobre bienes de interés cultural, espacios naturales y otros recursos culturales y naturales de entornos locales determinados para su posterior traslado a potenciales usuarios de servicios de información turística.

CE4.1 La información sobre bienes de interés cultural y otros recursos del patrimonio cultural de zonas determinadas se analiza en profundidad e interpreta objetivamente.

CE4.2 La información sobre espacios naturales y otros recursos del patrimonio natural de zonas determinadas se analiza en profundidad e interpreta objetivamente.

CE4.3 Los datos y aspectos esenciales, correspondientes a dicha información analizada e interpretada previamente, se memorizan e interrelacionan.

C5: Aplicar técnicas para el tratamiento de las solicitudes de información turística, quejas y reclamaciones que habitualmente se producen en centros o servicios de información turística y su resolución más adecuada.

CE5.1 Describir los tipos de demanda de información, quejas y reclamaciones más usuales en un servicio de información turística.

CE5.2 Describir el proceso de prestación del servicio en función de la demanda realizada y de los medios empleados para su solicitud.

CE5.3 Describir las situaciones más habituales en las cuales pueden generarse situaciones conflictivas que deriven en la posible formulación de quejas o reclamaciones por parte de los clientes.

CE5.4 Analizar y escoger los medios o canales de respuesta más adecuados para atender a los diferentes tipos de demanda de información, quejas o reclamaciones.

CE5.5 Identificar la legislación aplicable a los clientes en su condición de usuarios de productos y servicios turísticos.

CE5.6 En situaciones prácticas, relativas a la prestación de información:

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

- Seleccionar y transmitir información en función de las peticiones de los interlocutores y de su perfil e intereses, utilizando los medios más adecuados en cada caso.
- Recuperar información y prestarla a los usuarios, adoptando una actitud acorde con la situación planteada, aplicando el estilo de comunicación y las normas de cortesía más adecuadas.
- Comprobar la comprensión del mensaje emitido, así como del recibido, mostrando una actitud de empatía hacia el interlocutor.

CE5.7 En situaciones prácticas, relativas a la presentación de quejas y reclamaciones, informar y asesorar, registrando las que resulten significativas para que puedan ser utilizadas, si procede, en el futuro.

CE5.8 Asumir la necesidad de atender a los potenciales clientes con cortesía y elegancia, procurando satisfacer sus demandas, resolviendo con amabilidad y discreción sus quejas, y potenciando la buena imagen de la entidad que presta el servicio.

CE5.9 Valorar la importancia de actuar con rapidez y precisión en todos los procesos de prestación de servicios, desde el punto de vista de la percepción de la calidad por parte de los clientes.

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

C2 respecto a CE2.7 y CE2.8; C3 respecto a todos sus criterios; C5 respecto a CE5.6 y CE5.7.

Otras Capacidades:

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.

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 y de los agentes turísticos del destino.

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

Procesar y transmitir 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 servicio de información turística

La información como servicio turístico. Otros tipos de servicios que puede prestar un Centro de Información Turística. Tipos de Centros de Información Turística. Legislación en materia de información turística en España y en la Unión Europea. Objetivos generales del servicio de información turística. Áreas de trabajo y tipos de servicio. Organización del espacio y las infraestructuras. Comunicaciones internas y externas de un Centro de Información Turística. Promoción de los servicios propios de un Centro de Información Turística. Redes de centros y servicios de información turística. Relaciones con otras empresas y entidades del sector turístico. Funciones del personal de un Centro de Información Turística: fijación de tareas; propuesta de programas de formación y justificación de su importancia; propuesta de programas de promoción interna y justificación de su importancia. Técnicas de difusión y marketing electrónico.

2 Recursos materiales en centros de información turística

Aspecto físico de los locales de información turística en función de su tipología. Accesos a los locales. Equipamiento de un Centro de Información Turística. Señalización interna y externa de un Centro de Información Turística. Ediciones y materiales de promoción e información en distintos soportes. Tipología, diseño y preparación. Webs y portales turísticos.

3 Las fuentes de información turística

El proceso documental. La recuperación de la información. Localización de la información. Análisis de la información. Archivo de la información. Identificación, valoración y clasificación de las fuentes de información turística. Catalogación de fuentes de información turística. Informática aplicada a los centros de información turística. Sistemas y medios para la obtención de la información turística. Bancos y bases de datos. Sistemas de archivo. Catalogación y análisis documental de fuentes de información turística.

4 Orientación y asistencia al turista

Técnicas de acogida y habilidades sociales aplicadas al servicio de información turística. Técnicas de protocolo e imagen personal. Tipologías de clientes. Medios de respuesta. Legislación en materia de protección al usuario.

5 Información e interpretación del patrimonio cultural y natural

Análisis de los recursos y servicios del destino turístico. Principios y objetivos de la interpretación del patrimonio. La interpretación aplicada a las actividades de los centros de información: ediciones, material expositivo, exposiciones, programas de visitas guiadas y otras. Adaptación de la información en función de tipos de grupos o turistas destinatarios. Integración e interrelación de información.

6 Gestión administrativa

Tipos de documentos necesarios en un Centro de Información Turística. Automatización de centros y servicios de información turística. Tratamiento administrativo de reclamaciones y quejas. Control estadístico. Centrales y sistemas automatizados de reservas. Seguros de viajes, visados, divisas y documentación bancaria.

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 información turística, 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

Productos y servicios turísticos locales.

Nivel:	3
Código:	MF1075_3
Asociado a la UC:	UC1075_3 - Crear, promocionar y gestionar servicios y productos turísticos locales.
Duración (horas):	180
Estado:	BOE

Capacidades y criterios de evaluación

- C1:** Evaluar la potencialidad turística en un ámbito determinado que permita detectar oportunidades de creación y desarrollo de productos turísticos locales.
- CE1.1** Describir el proceso evolutivo del sector turístico y las funciones y relaciones que tienen entre sí los diferentes actores del sector, y su relación con el desarrollo en ámbitos locales determinados y con otros sectores económicos.
 - CE1.2** Enumerar, caracterizar e interrelacionar las variables que conforman la demanda turística de una zona determinada, analizando las motivaciones y otros factores que la condicionan.
 - CE1.3** Identificar y caracterizar las fuentes de información turística más relevantes.
 - CE1.4** Identificar los segmentos de mercado a los que se pueden dirigir determinados y nuevos productos y servicios turísticos locales.
 - CE1.5** Identificar, catalogar e inventariar, si procede, el conjunto de recursos, servicios e infraestructuras de zonas determinadas.
 - CE1.6** Analizar el posicionamiento de los productos turísticos desarrollados en un ámbito de actuación determinado.
 - CE1.7** Identificar, seleccionar y aplicar métodos de análisis estratégico que permitan conocer la potencialidad turística y posible posicionamiento del producto turístico en un ámbito de actuación determinado.
- C2:** Analizar las aplicaciones del marketing de servicios y su importancia para la creación y promoción de productos turísticos del entorno local.
- CE2.1** Diferenciar el marketing de productos del marketing de servicios.
 - CE2.2** Identificar los componentes del mix de servicios que inciden en la creación, oferta y promoción de un determinado producto turístico.
 - CE2.3** Justificar la existencia de las fases de conceptualización, estructuración, comercialización y prestación en la creación de servicios.
 - CE2.4** Valorar la importancia de la aplicación del sistema de servucción en la creación y promoción de productos turísticos de ámbito local.
 - CE2.5** Valorar el peso de cada variable del marketing mix y su importancia para el desarrollo de productos turísticos locales, a partir del ciclo de vida de lo mismos.
- C3:** Poner en práctica y evaluar estrategias de creación, mejora y desarrollo de productos y servicios turísticos en entornos locales, teniendo en cuenta la

potencialidad turística del área, la demanda actual, potencial y la protección ambiental.

CE3.1 A partir de la delimitación de una zona y de las diferentes formas de turismo, describir los servicios y productos susceptibles de desarrollo y su tipología.

CE3.2 Inventariar y catalogar los diferentes componentes de los productos turísticos locales, actuales y potenciales: recursos, oferta básica de servicios turísticos y oferta complementaria, de manera que puedan ser confeccionados y susceptibles de una óptima capacidad de promoción.

CE3.3 Elaborar proyectos de creación, mejora y desarrollo de productos y servicios turísticos en ámbitos locales, analizando la potencialidad turística de la zona y las características de la demanda actual y potencial.

CE3.4 Definir y argumentar los componentes de los productos turísticos locales propuestos y las acciones necesarias para su desarrollo, estimando su viabilidad y aplicando la legislación vigente sobre urbanismo, protección ambiental y ordenación turística.

CE3.5 Argumentar las estrategias de promoción más adecuadas, según el tipo de producto o servicio turístico en cuestión.

CE3.6 Proponer la programación temporal de las acciones pertinentes para el desarrollo de los productos y servicios turísticos definidos.

CE3.7 Aplicar los principios de desarrollo sostenible y de protección ambiental al programar las actuaciones.

C4: Poner en práctica y evaluar distintas estrategias de comercialización de productos, servicios y destinos turísticos locales acordes con las características de los recursos y servicios turísticos del entorno.

CE4.1 Describir y analizar las diferentes estrategias y medios de distribución del mercado turístico.

CE4.2 Describir y valorar las diferentes estrategias de comunicación y los objetivos que se pretenden en cada fase de su desarrollo.

CE4.3 Asociar estrategias de comunicación determinadas a las peculiaridades de los productos, servicios y destinos turísticos locales en general.

CE4.4 Justificar el uso de los diferentes canales e instrumentos de comunicación utilizados para la comercialización de productos, servicios y destinos turísticos locales, valorando su idoneidad en función del tipo de destino, servicio o producto turístico local, objetivos de comunicación, público objetivo y medios humanos y económicos disponibles.

CE4.5 Elaborar proyectos de comercialización de productos turísticos del entorno local, partiendo de la información suministrada sobre los mismos y los conocimientos del mercado, que contengan:

- Estrategias y canales de distribución.
- Ámbitos geográficos, públicos objetivos y acciones de comunicación adecuadas al producto.
- Instrumentos de comunicación para la canalización de dichas acciones y estimación del grado de consecución de los objetivos previstos con la utilización de cada uno de tales instrumentos.
- Estimación de los costes, alcance y posibles resultados de las acciones definidas.
- Instrumentos y variables que permitan evaluar el grado de eficacia de las acciones comerciales programadas, en función del público objetivo receptor y del coste previsto.

CE4.6 Identificar e interpretar la normativa que regula la comercialización de productos y marcas.

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

C1 respecto a CE1.2, CE1.5, CE1.6 y CE1.7; C3 respecto a todos sus criterios; C4 respecto a CE4.5.

Otras Capacidades:

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.

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 flexibilidad para entender los cambios.

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 sector turístico

Origen y evolución histórica del fenómeno turístico. Factores que influyen en su desarrollo. Dinámica de los flujos turísticos. La organización del sector. El marco jurídico, económico y social. Administraciones Públicas competentes en materia de turismo. Oferta y demanda turística: recursos, servicios, equipamientos y productos turísticos. La estructura de comercialización en el sector. Operadores turísticos: funciones que desarrollan. Proceso de creación, puesta en marcha, desarrollo y prestación de los servicios turísticos.

2 Ordenación territorial y planificación estratégica

Los planes de ordenación territorial y su incidencia en el desarrollo turístico. Normativas. Fuentes de información sobre oferta, demanda, estructura, evolución y tendencias de los productos turísticos locales. Análisis y aplicación de técnicas de identificación y catalogación de recursos turísticos. La investigación de mercados como instrumento de planificación en el sector. Métodos cuantitativos y cualitativos. Aplicaciones estadísticas. Análisis y aplicación de técnicas de planificación estratégica de productos y destinos turísticos. Posicionamiento estratégico frente a la competencia.

3 Creación y desarrollo de productos y servicios turísticos locales

Análisis comparativo y caracterización de los diferentes tipos de productos y servicios turísticos locales. Definición, redefinición y desarrollo de productos turísticos locales. Fases y ejecución. Diseño y desarrollo de servicios. Proyectos de creación, desarrollo y mejora de productos turísticos:

oportunidad, viabilidad y plan de ejecución. Financiación de proyectos. Gestión de proyectos. Fases del ciclo de vida de un producto turístico local. Gestión de iniciativas turísticas.

4 Marketing operacional y marketing mix en el sector de hostelería y turismo

Justificación de la necesidad del marketing en el marco del sector de hostelería y turismo. Definición de marketing operacional y caracterización de las variables en que se basa: producto/servicio, precio, comercialización, distribución y comunicación. Peculiaridades de dichas variables en el diseño y comercialización de productos turísticos locales. El proceso de segmentación de mercados y definición de público objetivo. Instrumentos de comunicación según tipo de producto turístico local: identidad corporativa, marca, publicidad, publicaciones, relaciones públicas, ferias turísticas, encuentros profesionales entre ofertantes de productos turísticos y organizadores de viajes y otros. Planificación, control de acciones de comunicación y organización de eventos promocionales. Plan de marketing. Viabilidad y plan de ejecución. Normativa reguladora de la comercialización de productos y marcas.

5 El sistema de servucción en el sector de hostelería y turismo

Elementos para una teoría de la servucción. Justificación e importancia de su uso. Peculiaridades de la aplicación del sistema de servucción para la creación y desarrollo de productos turísticos locales.

6 Utilización de las nuevas tecnologías para la promoción del destino y para la creación y promoción de productos turísticos del entorno local

Webs y portales turísticos. Tipologías y funcionalidades. Alojamiento y posicionamiento de las páginas en la Red. Buscadores. Marketing y comercio electrónico en el ámbito turístico.

7 Aproximación al desarrollo sostenible.

Introducción al desarrollo sostenible: aspectos económicos, ambientales y socioculturales. El desarrollo sostenible para planificadores locales. La importancia del ambiente para el desarrollo turístico. Impactos ambientales. Surgimiento y desarrollo de la interpretación del patrimonio natural como herramienta para su preservación y adecuada utilización como recurso turístico. La gestión ambiental en turismo: consumo energético y agua, tratamiento de residuos, otros aspectos. Plan de mejora ambiental dentro de la política de 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 creación, promoción y gestión de servicios y productos turísticos locales, 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 3

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

CE3.7 Describir los puestos de trabajo más característicos de las agencias de viajes, otros distribuidores turísticos y entidades de información turística, caracterizándolos por la

competencia profesional expresada en término de capacidades y logros a los niveles requeridos en el mundo laboral.

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

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

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

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

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

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

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

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

- Dar una breve información sobre la unidad, su organización y su imagen corporativa, utilizando material audiovisual.
- Aplicar técnicas para la comunicación intragrupal entre los supuestos miembros antiguos y nuevos de la unidad, simulando delegaciones de autoridad, animando a la iniciativa personal y a la creatividad y exigiendo responsabilidades como medida de motivación.

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

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

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

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

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

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

- Dirigir, animar y participar en reuniones de trabajo, dinamizándolas, colaborando activamente o consiguiendo la colaboración de los participantes, y actuando de acuerdo con los fines de la reunión.

C6: Analizar los diferentes modos de implementación y gestión de los sistemas de calidad en unidades de distribución e información turísticas, justificando sus aplicaciones.

CE6.1 Explicar el concepto de calidad en los servicios turísticos e identificar los factores causales de la no-calidad de los servicios turísticos.

CE6.2 Describir la función de gestión de la calidad en relación con los objetivos de la empresa o entidad turística y de los departamentos o unidades que la componen.

CE6.3 Proponer la implantación de un sistema de calidad de los servicios turísticos, interpretando y aplicando las correspondientes normas de calidad, estableciendo objetivos, identificando factores clave y barreras, y definiendo el programa para su implementación en lo referente a las actuaciones que se deban realizar y sus plazos.

CE6.4 Identificar y valorar las dimensiones y atributos de calidad de los servicios de distribución e información turísticas, y diseñar y definir los servicios de los respectivos departamentos o unidades, determinando y elaborando las necesarias especificaciones de calidad, tales como estándares de calidad del servicio, normas, procedimientos e instrucciones de trabajo.

CE6.5 Establecer e interpretar indicadores de calidad de los servicios turísticos y aplicar métodos que permitan medir el nivel de satisfacción de los clientes con respecto a los mismos.

CE6.6 Aplicar las herramientas básicas para la determinación y análisis de las causas de la no-calidad de los servicios turísticos.

CE6.7 Evaluar el sistema de calidad en las unidades de distribución e información turísticas, identificando deficiencias y áreas de mejora, estableciendo objetivos de calidad y desarrollando planes de mejora.

CE6.8 Gestionar la documentación e información propia del sistema de calidad implantado, determinando los registros necesarios y el procedimiento aplicable.

CE6.9 Valorar la necesaria participación personal en la aplicación de la gestión de la calidad como factor que facilita el logro de mejores resultados y una mayor satisfacción de los usuarios de servicios.

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

C1 respecto a CE1.5; C2 respecto a CE2.2, CE2.6 y CE2.7; C3 respecto a CE3.6 y CE3.8; C5 respecto a CE5.2 y CE5.7; C6 respecto a CE6.3, CE6.5, CE6.6, CE6.7 y CE6.8.

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.

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.

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.

Demostrar flexibilidad para entender los cambios.

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 La planificación empresarial en las empresas y entidades de distribución e información turísticas

La planificación en el proceso de administración empresarial e institucional. Principales tipos de planes: objetivos, estrategias y políticas; relación entre ellos.

Pasos lógicos del proceso de planificación como enfoque racional para establecer objetivos, tomar decisiones y seleccionar medios.

Valoración de la importancia de la revisión periódica de los planes empresariales e institucionales en función de la aplicación de los sistemas de control característicos de estas entidades.

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

Justificación de la gestión presupuestaria en función de sus etapas fundamentales: previsión, presupuesto y control. Concepto y propósito de los presupuestos en las unidades de información y distribución turísticas.

Definición de ciclo presupuestario.

Diferenciación y elaboración de los tipos de presupuestos característicos de unidades de distribución e información turísticas.

3 Estructura financiera de las agencias de viajes y otros distribuidores turísticos

Identificación y caracterización de fuentes de financiación.

Relación óptima entre recursos propios y ajenos.

Ventajas y desventajas de los principales métodos para evaluar inversiones según cada tipo de agencia de viajes. Aplicaciones informáticas.

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

Estructura de las cuentas de costes y resultados en las agencias de viajes.

Tipos y cálculo de costes empresariales específicos.

Aplicación de métodos para la determinación, imputación, control y evaluación de consumos y atenciones a clientes de servicios turísticos.

Cálculo y análisis de niveles de productividad y de puntos muertos de explotación o umbrales de rentabilidad, utilizando herramientas informáticas.

Identificación de parámetros establecidos para evaluar: Ratios y porcentajes. Márgenes de beneficio y rentabilidad.

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

Interpretación de las diferentes normativas sobre autorización y clasificación de agencias de viajes y entidades de información turística.

Tipología y clasificación de estas entidades.

Naturaleza y propósito de la organización y relación con otras funciones gerenciales.

Patrones básicos de departamentalización tradicional en empresas de distribución y entidades de información turística: ventajas e inconvenientes.

Estructuras y relaciones departamentales y externas características de estas entidades.

Diferenciación de los objetivos de cada departamento o unidad y distribución de funciones.

Circuitos, tipos de información y documentos internos y externos que se generan en el marco de tales estructuras y relaciones interdepartamentales.

6 Definición de puestos de trabajo y selección de personal en unidades de distribución e información turísticas

Principales métodos para la definición de puestos correspondientes a trabajadores cualificados de la empresa o entidad. Aplicaciones.

Principales métodos para la selección de trabajadores cualificados de la empresa o entidad. Aplicaciones.

7 La función de integración de personal en unidades de distribución e información turísticas

Definición y objetivos.

Relación con la función de organización.

Programas de formación para personal dependiente: análisis, comparación y propuestas razonadas.

Técnicas de comunicación y de motivación adaptadas a la integración de personal: identificación y aplicaciones.

8 La dirección de personal en unidades de distribución e información turísticas

La comunicación en las organizaciones de trabajo: procesos y aplicaciones.

Negociación en el entorno laboral: procesos y aplicaciones.

Solución de problemas y toma de decisiones.

La dirección y el liderazgo en las organizaciones: justificación y aplicaciones.

Dirección y dinamización de equipos y reuniones de trabajo.

La motivación en el entorno laboral.

9 Aplicaciones informáticas específicas para la gestión de unidades de información y distribución turísticas

Tipos y comparación. Programas a medida y oferta estándar del mercado.

Aplicación de programas integrales para la gestión de las unidades de información y distribución turísticas.

10 Gestión de la Calidad

Evolución histórica de la calidad. El concepto de calidad en los servicios. La gestión de la calidad total.

Sistemas y normas de calidad. El sistema de calidad del Instituto para la Calidad Turística Española o ICTE, para agencias de viajes. Otros sistemas de calidad. La acreditación de la calidad.

Implementación de un sistema de calidad. Factores clave. Proyecto, programas y cronograma.
Diseño de los servicios. Especificaciones de la calidad de los servicios. Estándares de calidad, normas, procedimientos e instrucciones de trabajo.
Gestión de la calidad. La gestión por procesos. Indicadores y otros procedimientos para el control de la calidad.
La mejora continua y los planes de mejora. Los grupos de mejora. Las herramientas básicas para la mejora de la calidad.
La evaluación de la satisfacción del cliente de servicios turísticos. Cuestionarios de satisfacción y otras herramientas. Procedimientos para el tratamiento de las quejas y sugerencias.
Gestión documental del sistema de calidad.
Evaluación del sistema de calidad. Auto-evaluaciones y auditorías. Procesos de certificación.

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 y unidades de información y distribución turísticas, 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 4

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 laborales, 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.