

## CUALIFICACIÓN PROFESIONAL:

### Promoción turística local e información al visitante

Familia Profesional:	<b>Hostelería y Turismo</b>
Nivel:	<b>3</b>
Código:	<b>HOT336_3</b>
Estado:	<b>BOE</b>
Publicación:	<b>Orden EFP/1208/2021</b>
Referencia Normativa:	<b>RD 1700/2007, RD 930/2020</b>

### Competencia general

Promocionar eficazmente la oferta de servicios y productos turísticos del entorno local, participando en estrategias y campañas para poner en valor los recursos de la zona, prestando asesoramiento, información y asistencia a turistas y visitantes, utilizando la lengua inglesa, si procede, en función del entorno donde se desarrolle la actividad.

### 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 profesional en el área de orientación al cliente sobre la oferta de servicios y productos turísticos del entorno local en empresas o instituciones con fines de promoción turística, con independencia de su forma jurídica y de naturaleza pública -dependientes de ayuntamientos o comunidades autónomas- o privada, tanto por cuenta propia como ajena. Desarrolla su actividad dependiendo, en su caso, funcional y/o jerárquicamente de un superior en función del tamaño y de la complejidad de la entidad de la que dependa. Puede tener personal a su cargo en ocasiones, por temporadas o de forma estable. En el desarrollo de la actividad profesional se aplican los principios de accesibilidad universal y diseño universal o diseño para todas las personas de acuerdo con la normativa aplicable.

#### Sectores Productivos

Se ubica en el sector productivo del turismo, concretamente en el subsector relativo a la promoción, comercialización e información turística local en centros de visitantes, oficinas de información turística, oficinas de congresos, patronatos, consorcios o cualquier otro ente público o privado cuya actividad se vincule a la promoción y desarrollo del turismo.

#### Ocupaciones y puestos de trabajo relevantes

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

- Técnicos de información turística
- Informadores en oficina de turismo
- Empleados en puntos de información turística
- Promotores turísticos del entorno 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)

## UNIDAD DE COMPETENCIA 1

### Gestionar información turística

Nivel: 3  
Código: UC1074\_3  
Estado: BOE

#### Realizaciones profesionales y criterios de realización

**RP1:** Procesar información de interés sobre el entorno local para dar a conocer su potencial turístico, adaptándose a los requerimientos y demanda de los visitantes y a los objetivos del centro de información turística.

**CR1.1** Las fuentes de información de interés turístico se seleccionan en función de su prestigio y garantía, obteniendo los datos necesarios para satisfacer las demandas existentes.

**CR1.2** La información obtenida se almacena en soportes de recogida de datos, posibilitando su posterior actualización, registro y archivo.

**CR1.3** Los materiales divulgativos sobre servicios y actividades turísticas del entorno local y toda aquella documentación complementaria se elaboran, en función del público potencial y de los objetivos del centro de información turística.

**CR1.4** La información procesada se comparte con redes de intercambio de información y cooperación turística, utilizando los soportes de difusión normalizados para tal fin.

**RP2:** Organizar los recursos necesarios para prestar el servicio de atención y asesoramiento a turistas y visitantes en el centro de información turística local con la mayor eficacia, en función de las particularidades del entorno y de las características del propio centro.

**CR2.1** Los documentos seleccionados de información turística del entorno local se agrupan, clasificándolos en función de sus características e identificación temática y a criterios que faciliten la agilización del servicio.

**CR2.2** Las necesidades de inversión, reposición, gestión de permisos, señalización y, en su caso almacenamiento, transporte y desmontaje se planifican adaptándose a las distintas situaciones que puedan plantearse.

**CR2.3** El espacio físico de las instalaciones del centro, ya sean estables o temporales, se organiza, distribuyéndolo en función de criterios que faciliten una mejor atención a los usuarios.

**CR2.4** El equipamiento técnico y el mobiliario se determina en función de las actividades a desarrollar y de las características propias del centro de información turística.

**CR2.5** La contratación de suministros y servicios tales como telefonía, acceso a internet, acometidas de luz y agua, limpieza se planifica en función de las necesidades propias del centro, de la actividad y de la estacionalidad que le es característica.

**CR2.6** La señalización externa e interna de los accesos a los puntos de información se adecua a la imagen que se pretende ofrecer al turista y de tal forma que su ubicación sea visible.

**CR2.7** Los recursos humanos necesarios para la prestación del servicio de información turística se planifican, estableciendo turnos y temporadas de apertura y cierre, en función de los programas que se abordan y de las particularidades del entorno.

**RP3:** Prestar el servicio de asistencia e información turística y asesorar en la formulación de quejas y reclamaciones a visitantes, garantizando la calidad de la información prestada para satisfacer las necesidades de éstos.

**CR3.1** La recepción de los clientes en el centro de información turística se efectúa con amabilidad, aplicando normas de cortesía, técnicas de acogida y utilizando los distintivos para la identificación personal en caso de atención directa en los puntos de información.

**CR3.2** Las solicitudes de información recibidas se atienden adaptando la respuesta a los distintos tipos de usuarios del servicio por medio del canal o vía de comunicación más adecuado.

**CR3.3** Los productos o elementos informativos de distribución gratuita, folletos, guías y otros, se ofrecen a los clientes y usuarios documentando así las consultas planteadas.

**CR3.4** El servicio de información prestado se registra en los soportes establecidos, favoreciendo la comunicación entre el personal del centro y la agilización en la prestación de futuros servicios.

**CR3.5** Las quejas, reclamaciones y sugerencias formuladas por los usuarios se tramitan, informando de los pasos a seguir en caso de imposibilidad de resolución y procediendo a la documentación y archivo de las mismas.

## Contexto profesional

### Medios de producción

Equipos y programas informáticos específicos. Internet. Bases de datos/sistemas o programas de almacenamiento de datos. Terminales de telefonía fija y móvil. Mobiliario y equipo de oficina básico. Pupitres de información para lugares estratégicos. Expositores de material informativo y promocional. Material de promoción turística local.

### Productos y resultados

Información procesada de interés sobre el entorno local para dar a conocer su potencial turístico. Recursos materiales y humanos necesarios para llevar a cabo la prestación del servicio de información turística organizados. Necesidades de inversión, reposición, y permisos planificadas. Accesos a los puntos de información señalizados adecuadamente. Demandas de información, reclamaciones o quejas, atendidas.

### Información utilizada o generada

Normativa aplicable de protección al consumidor. Ediciones de información turística del entorno local. Material promocional y de venta. Impresos y documentos administrativos. Datos históricos sobre temporadas de estacionalidad. Cuestionarios de satisfacción y hojas de sugerencias, quejas y reclamaciones.

## 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, en base a sus recursos, teniendo en cuenta la demanda, real y potencial del mercado y la situación propia con respecto a la competencia para su posible explotación.

**CR1.1** Las fuentes de información se identifican y seleccionan en función de los recursos turísticos del entorno local, cooperando con diferentes interlocutores del sector y creando sinergias que ayuden a mejorar la promoción local en mercados emisores.

**CR1.2** La incorporación a las redes de intercambio de información y cooperación se propone garantizando la actualización de la información y oferta turística y agilizando su distribución.

**CR1.3** Los componentes de la oferta turística de su ámbito, como recursos naturales, infraestructuras, servicios y recursos humanos, se identifican y catalogan, disponiendo así de la información básica para la creación del producto.

**CR1.4** La información sobre la demanda turística, actual y potencial, del destino se identifica y se analiza, posibilitando así la detección de oportunidades de creación y desarrollo de productos y servicios turísticos locales.

**CR1.5** Los destinos competidores, así como sus productos y servicios turísticos se analizan, identificando el posicionamiento del entorno local y siguiendo siempre las buenas prácticas aceptadas en el sector.

**CR1.6** Los métodos de estudios de mercado para obtener un diagnóstico se identifican y aplican, adecuando la oferta existente a la demanda detectada.

**CR1.7** Las oportunidades potenciales de mercado sobre servicios y productos turísticos locales se detectan, mejorando y consolidando la situación propia con respecto a la competencia.

**RP2:** Colaborar en el diseño y mejora de la oferta de productos y servicios turísticos locales, aportando soluciones para satisfacer las expectativas de la demanda actual y potencial y rentabilizando los recursos.

**CR2.1** Las posibilidades de explotación turística del entorno local se identifican en base a los recursos disponibles estableciendo una tipología de productos y servicios turísticos que complementen y mejoren la actual oferta, protegiendo los criterios medio ambientales y de desarrollo sostenible.

**CR2.2** Las posibilidades y alternativas de propuestas de creación de nuevos productos o servicios turísticos o la mejora de los ya existentes del entorno se determinan, en función de su viabilidad técnica, comercial y financiera.

**CR2.3** La programación temporal para el desarrollo de los productos y servicios turísticos propuestos se establece, participando en el diseño de las diferentes fases a seguir para su puesta en marcha y en la definición de las estrategias de promoción.

**CR2.4** Los parámetros y criterios de evaluación de la calidad de los productos o servicios turísticos locales se establecen mediante la formulación de propuestas y en colaboración con el superior jerárquico.

**CR2.5** La información seleccionada de la oferta turística del entorno local se transmite a las personas o instituciones responsables de su promoción en tiempo y forma establecidos.

**RP3:** Participar en la planificación y desarrollo de la oferta de los productos y servicios turísticos diseñados proponiendo actuaciones para que su implantación se produzca en el tiempo y forma previstos.

**CR3.1** Las personas, entidades, instituciones y servicios involucrados en el desarrollo de los productos turísticos locales definidos se determinan, siguiendo instrucciones del superior jerárquico, incluyendo si fuese oportuna la participación propia.

**CR3.2** Las tareas necesarias para el desarrollo de los productos y servicios turísticos definidos se establecen, colaborando con el superior jerárquico en la determinación de los recursos humanos, materiales y las infraestructuras necesarias para su implementación y organización.

**CR3.3** Las orientaciones para la ejecución de cada una de las tareas se define, de acuerdo con el programa elaborado y estableciendo el proceso de gestión de las mismas.

**CR3.4** La información seleccionada se organiza y trasmite a las personas, entidades, instituciones y servicios involucrados para que tengan exacto conocimiento de los productos y servicios turísticos diseñados, mediante los canales o vías de comunicación previamente establecidos.

**CR3.5** La puesta en marcha y desarrollo de los productos y servicios turísticos diseñados se efectúa, verificando que cumplen las especificaciones definidas en el tiempo y forma establecidos.

**RP4:** Promocionar eficazmente la oferta de servicios y productos turísticos del entorno local, participando en el diseño y programación de estrategias y campañas para poner en valor los recursos de la zona.

**CR4.1** Las ideas y sugerencias de promoción turística local se aportan a los responsables de las acciones promocionales en la zona, identificando al público objetivo, seleccionando medios de comunicación, soportes y formas publicitarias, diseñando las actuaciones y el material de promoción.

**CR4.2** Las acciones de promoción se programan colaborando en la determinación del planning cronológico, de los recursos humanos y materiales, de las competencias y funciones de cada persona, de sus condiciones de ejecución y los proveedores necesarios, estableciendo el nivel de participación propia en cada acción.

**CR4.3** La programación diseñada se transmite a las personas o instituciones implicadas utilizando los sistemas de comunicación previamente establecidos.

**CR4.4** Las acciones y tareas previstas se asignan al personal propio con capacitación adecuada, garantizando que la ejecución de las acciones se ajusta al programa establecido.

**CR4.5** Las acciones promocionales programadas se ejecutan, facilitando información, distribuyendo materiales promocionales y atendiendo a las peticiones del público objetivo.

**CR4.6** La participación en el control de la acción promocional se efectúa, asegurando su cumplimiento con la programación prevista y supervisando que la información prestada a las personas o entidades solicitantes se produce en el tiempo y forma establecidos.

## Contexto profesional

### Medios de producción

Equipos y programas informáticos específicos. Material de oficina diverso. Terminales de telefonía fija y móvil. Redes telemáticas de distribución e intercambio de información y oferta turística. Mobiliario y equipo de oficina básico. Expositores de materiales promocionales. Soportes móviles para promoción en ferias y otros eventos. Equipo y material audiovisual. Cañón proyector. Pantallas de proyección móviles.

### Productos y resultados

Posicionamiento del entorno turístico local. Oferta de productos y servicios turísticos diseñada. Criterios de evaluación de la calidad en los productos y servicios establecidos. Promoción de productos y servicios turísticos locales programados.

### Información utilizada o generada

Información de recursos, servicios e infraestructuras con potencial turístico del entorno local. Información sobre demanda actual y potencial del mercado. Información de entidades, personas y servicios involucrados en la acción promocional. Información sobre acciones de promoción turística del entorno. Documentación histórica sobre acciones promocionales de la entidad. Normativa aplicable de protección medioambiental y de desarrollo sostenible. Planning cronológico de las acciones de promoción.

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

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

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

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

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

**RP2:** Gestionar la estructura organizativa de la unidad de información y/o distribución de ofertas turísticas, determinando los recursos para el logro de los objetivos comerciales establecidos en la empresa o entidad.

**CR2.1** El tipo de estructura organizativa de la unidad de información y/o distribución se propone, considerando la estacionalidad de la demanda y los recursos disponibles.

**CR2.2** Las funciones y tareas, relaciones internas de la unidad de información y/o distribución se definen, en función de la estructura organizativa y de los objetivos específicos determinados.

**CR2.3** La comunicación, información y comercialización de la oferta turística de la unidad de información y/o distribución se gestiona, organizándola como una acción rutinaria y vital con los agentes turísticos, sociales y culturales del entorno.

**CR2.4** Los recursos necesarios se organizan, adaptando las funciones y tareas que deben cubrirse a las variables estacionales o periódicas generadas por los hábitos viajeros.

**CR2.5** Los perfiles de los puestos de trabajo se plantean, desarrollando el proceso de selección de personal de información turística, a fin de identificar aquellos que cumplan con los criterios de la cultura corporativa de la empresa o entidad.

**RP3:** Desarrollar operaciones de preparación del presupuesto económico de la unidad de información y/o distribución de ofertas turísticas para su integración en el

presupuesto global de la empresa o entidad, a partir de datos históricos de ingresos, gastos y ventas generadas.

**CR3.1** Las previsiones económicas para el siguiente ejercicio se identifican en base a la planificación general de la empresa o entidad y los datos históricos.

**CR3.2** Los presupuestos por partidas de inversiones, de explotación y de tesorería se registran mediante el uso de aplicaciones informáticas específicas de forma que se facilite el trabajo y la identificación de posibles desviaciones.

**CR3.3** El presupuesto completo se presenta a la persona responsable para su integración en el presupuesto global de la empresa o entidad en la que se ubica la unidad, considerando las observaciones que éstos formulen para hacer las modificaciones necesarias.

**CR3.4** El grado de cumplimiento de los objetivos específicos formulados para la unidad de información y/o distribución turística se comprueba, detectando desviaciones e incidencias que puedan surgir.

**CR3.5** Los cálculos necesarios para corregir desviaciones respecto a los objetivos económicos se formulan, proponiendo las medidas según qué situación.

**CR3.6** Los informes del control presupuestario se elaboran a partir de datos históricos, gastos y ventas, entre otros, reportando a las personas responsables su resultado.

**RP4:** Coordinar al personal dependiente de la unidad de información y/o distribución, involucrándolo en los objetivos y motivándolo para que tenga una alta capacidad de respuesta a las necesidades de los clientes y desarrolle su profesionalidad.

**CR4.1** Los objetivos estratégicos y específicos de la unidad de información y/o distribución se explican al equipo humano dependiente, de forma que se involucre en los mismos y se integre en el grupo de trabajo correspondiente.

**CR4.2** Las responsabilidades y funciones para cada puesto de trabajo se transmiten de forma clara asegurando su comprensión, otorgando la autoridad necesaria para su cumplimiento.

**CR4.3** La integración en la unidad del personal dependiente se efectúa de forma activa, garantizando que en el futuro realice las tareas propias con eficacia y eficiencia.

**CR4.4** Los planes formativos se definen, colaborando con la persona responsable en función de las necesidades del personal, evaluando el grado de aprendizaje y su aplicación en la ejecución de la actividad profesional.

**CR4.5** Las dinámicas de motivación del personal se establecen, incrementando el grado de satisfacción, excelencia profesional, iniciativa, creatividad, trabajo en equipo y su papel de transmisión de imagen de marca del distribuidor turístico.

**CR4.6** Las reuniones con el personal dependiente se dirigen, consensuando acciones a seguir y modificando actitudes que no se correspondan con la cultura corporativa de la entidad.

**CR4.7** La productividad, rendimiento y consecución de objetivos del personal se potencia, siguiendo los criterios establecidos de reconocimiento el éxito de forma que se evalúen actitudes y actuaciones para mejorar las acciones futuras.

**RP5:** Gestionar la cultura corporativa y el sistema de calidad adoptado en la unidad de información y distribución de la oferta turística, cumpliendo con los criterios establecidos para contribuir al logro de los objetivos de la empresa o entidad.

**CR5.1** Los estándares de calidad, procedimientos e instrucciones de trabajo se identifican en función de la cultura corporativa y el sistema de calidad adoptados por la empresa o entidad.

**CR5.2** La cultura de la calidad adoptada en la unidad de información y distribución de oferta turística se difunde entre el personal a su cargo, instruyéndole en el sistema y herramientas de calidad que la soporta y fomentando su participación en la mejora continua.

**CR5.3** Los procedimientos de recogida, análisis y resultados de la información sobre la calidad externa y las encuestas de satisfacción, o métodos equivalentes se almacenan en el sistema informático de la unidad, facilitando la obtención y análisis de la información facilitada por el cliente.

**CR5.4** La medición de los indicadores y el control de la calidad interna se efectúa, analizando los datos disponibles e informando de su resultado a la persona responsable y a los posibles departamentos implicados.

**CR5.5** La evaluación periódica de la cultura corporativa y el sistema de calidad adoptado se efectúa, verificando la aplicación de los procedimientos e instrucciones establecidos, a través de métodos estandarizados, como fichas de ejecución, fichas de evaluación, entre otros.

## Contexto profesional

### Medios de producción

Equipos y programas informáticos específicos. Internet. Terminales de telefonía fija y móvil. Redes telemáticas de distribución e intercambio de información y oferta turística. Mobiliario y equipo de oficina básico. Programas (entornos de usuario): bases de datos, procesadores de textos, hojas de cálculo, aplicaciones de gestión de correo electrónico, navegadores de Internet, Internet, Intranet, herramientas de seguridad en Internet. Canales de contacto con el cliente: telefonía, e-mail, sms, página Web, networking, e-commerce, website, chats, e-CRM, e-newsletters, redes sociales, u otros canales digitales.

### Productos y resultados

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

### Información utilizada o generada

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

## 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 distintos tipos de centros y de servicios de información turística habituales, explicando su función y objetivos 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 describiendo los servicios y productos que se prestan y gestionan.
  - CE1.3** Identificar las disposiciones legales que regulan el funcionamiento de los centros y oficinas de información turística, precisando sus implicaciones.
  - CE1.4** Describir los espacios, mobiliario, equipamientos y suministros necesarios para el funcionamiento del servicio de información turística.
  - CE1.5** Identificar y describir los canales o circuitos de comunicación o distribución de la información, tanto interna como externa.
  - CE1.6** Explicar las relaciones del centro o servicio con la Administración o entidades públicas o público-privadas que lo crean o gestionan.
  - CE1.7** 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 fuentes y métodos habituales 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 en el sector.
  - 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 un supuesto práctico de elaboración de un dossier para asesorar e informar a visitantes respecto a un evento/suceso estacional o puntual de relevancia en un entorno local previamente determinado y a partir de un proyecto dado, caracterizado por tipo y procedencia de usuarios potenciales, número de visitas de un puesto de información ubicado en una localidad urbana:

- Seleccionar los datos de la información que se relacionen con los objetivos finales.
- Utilizar/manejar aplicaciones ofimáticas y programas informáticos específicos.
- Evaluar la relevancia y alcance de la recopilación para su distribución a los correspondientes centros de información turística.

**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** Diseñar estrategias y procedimientos de difusión y transmisión de información turística del entorno local y de fidelización de las consultas a través de Internet y otros instrumentos informáticos.

**CE3.4** Describir procedimientos de control de diferentes programas de actuación estandarizados propios de los centros de información turística.

**CE3.5** Seleccionar los datos necesarios para el seguimiento y control de las actividades propias de los centros de información turísticos, analizando los diferentes registros, indicadores y métodos.

**CE3.6** En un supuesto práctico de elaboración de un informe en el que se recopilen datos referidos a la actividad del centro de información turística tales como número de visitantes, tiempo de respuesta, satisfacción de los clientes a partir de la información obtenida de un proyecto dado, caracterizado por la ubicación del centro de información, la estacionalidad, o un período concreto de tiempo:

- Analizar los datos obtenidos a partir de los registros realizados, indicadores y métodos utilizados.
- Redactar la interpretación de los resultados obtenidos a modo de resumen.
- Utilizar programas informáticos para la presentación utilizando si es necesario gráficos, u otros elementos.
- Difundir el material a través de las nuevas tecnologías e instrumentos informáticos; Internet, aplicaciones informáticas, otros.
- Comparar/Contrastar conclusiones obtenidas a partir de la información contenida en el informe con los objetivos fijados al principio del proceso.

**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** Analizar en profundidad la información sobre bienes de interés cultural, espacios naturales y otros recursos del patrimonio cultural de zonas determinadas interpretando objetivamente la información.

**CE4.2** Aplicar las medidas específicas de la normativa de protección medioambiental y de sostenibilidad a la información recopilada sobre bienes, espacios y recursos naturales de interés turístico.

**CE4.3** Memorizar los datos y aspectos esenciales correspondientes a la información analizada e interrelacionada previamente utilizando programas informáticos adecuados para ello.

**CE4.4** Diseñar instrumentos que transmitan la información obtenida a potenciales clientes.

**C5:** Aplicar técnicas estandarizadas 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 para evitar que se produzcan.

**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 un supuesto práctico de prestación de información a visitantes en un centro de información turística con unas características definidas en cuanto a localización, estacionalidad y tipología de usuario:

- 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 un supuesto práctico de presentación/resolución de quejas y reclamaciones en un centro de información turística con unas características definidas en cuanto a localización, estacionalidad y tipología de usuario:

- 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
- informar y asesorar al cliente del proceso a seguir
- Resolver aquéllas cuya solución sea asumible en la unidad
- Registrar las que resulten significativas para que puedan ser utilizadas, si procede, en el futuro.

**CE5.8** 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 CE2.8; C3 respecto a CE3.6; C4 completa; C5 respecto a CE5.6, CE5.7 y CE5.8.

## Otras Capacidades:

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.

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

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

## Contenidos

### 1 Servicio de información turística local

Historia del turismo: Europa. España. CCAA.

Estructura política turística: nivel europeo, nivel estatal, nivel autonómico, nivel provincial y nivel local.

Normativa aplicable sobre las oficinas de turismo: Europa. España. CCAA.

Programas ofimáticos de gestión de datos.

Diseño de cuestionarios específicos de oficinas.

Procesos de datos y contraste.

Organismos: organismos internacionales. OMT, Turespaña, organismos autonómicos, otros.

### 2 Recursos en centros de información turística local

Tipología de servicios de información turística: servicios de información turística en destino y en origen.

Especial referencia a la OETs (Oficinas Españolas de Turismo).

Otros servicios de información como los puntos de información turística en el destino.

Diferentes tipos de profesionales de la información turística: tipología.

### 3 Los elementos que intervienen en el servicio de información turística local

Distribución de los espacios y áreas: Infraestructura, barreras arquitectónicas, otros.

Áreas: de acogida, administrativa, almacén, otras.

Creación de soportes de difusión de la información turística.

Fuentes de información: localización de la información turística. Tipología

Redes de centros y servicios de información turística: Instituto de estudios turísticos estatal, Instituto de estudios turísticos autonómicos, centros de documentación generales, páginas web afines a esta temática, otras.

Software adecuado para el tratamiento de la información.

Sistemas de señalización externos a la oficina.

Sistemas de señalización internos.

Distintivos del personal.

Plan de calidad turística de España.

Plan de acción en oficinas de turismo.

### 4 Atención al cliente en la prestación del servicio de información

La comunicación interpersonal y el proceso de la comunicación: barreras, saber escuchar y saber preguntar.

La Comunicación: tratamiento de solicitudes y peticiones de información presencial, telefónica, vía mail por correo; la comunicación verbal y no-verbal, otras.

Necesidades humanas y motivación: el proceso decisorio.

Tratamiento de la información y de los datos: documentación interna y externa.

Las expectativas de los clientes: técnicas para determinar las expectativas de los clientes con respecto a un servicio, la satisfacción de las expectativas como concepto de calidad de un servicio.

Tipología de clientes: análisis y comparación de las técnicas de comunicación más adecuadas a los diferentes tipos de clientes, en relación a sus condiciones de salud (física, psíquica, intelectual, sensorial u otras), económicas, sociales, culturales, género, entre otras.

La atención al público en los servicios de información turística: actitud positiva y actitud pro-activa, la empatía, los esfuerzos discrecionales; imagen; protocolo; principios básicos.

Elaboración y tratamiento de encuestas de satisfacción: estadísticas e informes.

La negociación: la planificación de la negociación, estrategias y técnicas.

Tratamiento de reclamaciones, quejas y situaciones conflictivas: pasos a seguir, normativa aplicable, procesos de funcionamiento, otros.

## 5 Las actividades de los centros de información turística local

Promoción de la oferta.

Venta de servicios y productos complementarios.

Informe y liquidación de servicios.

Los instrumentos de comunicación: ferias turísticas, Workshop, Famtrips, otros.

Relación con los medios de comunicación: notas de prensa, ruedas de prensa, anuncios publicitarios, entre otros.

Publicaciones. Organización de concursos. Otras actividades.

Acciones de merchandising.

Instrumentos de gestión para los flujos turísticos: city cards, visitas guiadas, recorridos en bus turísticos, trenes, vales y carnés de descuento.

Colaboración, acuerdos y convenios con otros agentes.

## Parámetros de contexto de la formación

### Espacios e instalaciones

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

- Taller de 4 m<sup>2</sup> por alumno o alumna.

- Instalación de 2 m<sup>2</sup> por alumno o alumna.

### Perfil profesional del formador o formadora:

1. Dominio de los conocimientos y las técnicas relacionado con la gestión de información turística, 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.



## 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 teniendo en cuenta criterios de sostenibilidad.
- CE1.1** Describir el proceso evolutivo del sector turístico y las funciones y relaciones que puedan tener entre sí los diferentes actores del sector, y su posible relación con el desarrollo en ámbitos locales determinados y con otros sectores económicos potenciando la sostenibilidad de la economía local.
  - CE1.2** Interrelacionar las variables que conforman la demanda turística de una zona determinada, analizando las motivaciones y otros factores que la condicionan.
  - CE1.3** 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, y catalogar el conjunto de recursos, servicios e infraestructuras de zonas determinadas criterios de sostenibilidad medioambiental.
  - CE1.6** Analizar el posicionamiento de los productos turísticos desarrollados en un ámbito de actuación determinado.
  - CE1.7** Describir métodos de análisis estratégico que permitan conocer la potencialidad turística y posible posicionamiento del producto turístico en un ámbito de actuación determinado.
- C2:** Analizar elementos y 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 relevancia 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 los 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** Describir los servicios y productos susceptibles de desarrollo y su tipología a partir de la delimitación de una zona previamente definida, criterios estéticos y de sostenibilidad y de las diferentes formas de turismo.

**CE3.2** Describir 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 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** Justificar la elección de 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 distintas actuaciones.

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

**CE4.1** Analizar las diferentes estrategias y medios de distribución del mercado turístico.

**CE4.2** Describir 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 objetivos de comunicación, público objetivo y medios humanos y económicos disponibles establecidos anteriormente.

**CE4.5** A partir de un supuesto práctico de elaboración de un proyecto de comercialización de productos turísticos del entorno local, partiendo de la información suministrada sobre los mismos y los conocimientos del mercado, que contengan:

- Determinar estrategias y canales de distribución.
- Seleccionar ámbitos geográficos, públicos objetivos y acciones de comunicación adecuadas al producto.
- Elegir 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.
- Estimar de los costes, alcance y posibles resultados de las acciones definidas.
- Interpretar los resultados obtenidos mediante 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** Relacionar el proyecto con la normativa que regula la comercialización de productos y marcas.

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

C3 completa; C4 respecto a CE4.5.

### Otras Capacidades:

Demostrar un buen hacer profesional.

Finalizar el trabajo en los plazos establecidos.

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

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 Recursos turísticos del territorio local

Tipos de recursos: descripción, categorías, clasificación.

Diseño de fichas de recursos turísticos: descripción y características.

Elaboración de los inventarios de recursos turísticos: documentos relacionados con los mismos.

Clasificación y almacenamiento de las fichas de inventarios.

Aplicaciones informáticas específicas.

Técnicas de evaluación: aplicación de las distintas teorías de evaluación de recursos.

Cuestionarios de evaluación de recursos.

Programas ofimáticos de gestión de datos.

Medidas sostenibles aplicadas a la protección de los recursos turísticos.

### 2 Diagnóstico del producto/ servicio o destino turístico local

Definición y organización de la oferta turística existente en el destino turístico.

Tipos de turismo que se dan en la zona: turismo cultural, deportivo, sol y playa, otros.

Elementos tangibles y elementos intangibles en el servicio, producto o destino.

Mapas de posicionamiento.

Fases: introducción, crecimiento/implicación, madurez/consolidación y declive o sustitución/madurez.

Criterios sostenibles a considerar en el entorno local.

### 3 Planificación del destino turístico

Planificación territorial.

Concepto de destino turístico. Actuaciones.

Creación y diseño del producto/servicio y/o destino turístico.

Clasificación de los destinos: de negocios, vacacional, sol y playa, montaña, exóticos, ecológico, otros.

Definición del producto, servicio y o destino: descripción y clasificación.

Ubicación y posicionamiento del destino, servicio o producto en el mercado.

Características intrínsecas al producto, servicio y o destino turístico.

Análisis de los elementos que constituyen el producto y o servicio.

Plan de desarrollo del producto, destino y/ o servicio turístico: descripción y jerarquía de los objetivos.

Formulación de la misión. Plan de acción.

#### 4 Desarrollo del producto/servicio y/o destino turístico

Análisis de los efectos del desarrollo turístico: ámbito económico, ámbito sociocultural, ámbito social, ámbito medioambiental, otros.

Establecimiento de la capacidad de carga: diferentes tipos de capacidad de carga económica, social, ambiental, otros.

Turismo sostenible y sus principios.

La creación de la marca producto/destino turístico y su importancia/relevancia para la imagen del destino.

Funciones de la imagen de marca y tipos.

#### 5 Desarrollo local y empleos emergentes

Descripción y análisis de los nuevos yacimientos de empleo.

Políticas locales sobre cultura, ocio y deporte.

Medio ambiente como recurso endógeno.

Políticas instrumentales de desarrollo local.

Formación de capital humano.

La dimensión dinamizadora de las TICs.

La economía social y el desarrollo local.

Ayudas y subvenciones.

### Parámetros de contexto de la formación

#### Espacios e instalaciones

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

- Taller de 4 m<sup>2</sup> por alumno o alumna.

- Instalación de 2 m<sup>2</sup> por alumno o alumna.

#### Perfil profesional del formador o formadora:

1. Dominio de los conocimientos y las técnicas relacionado con la creación, promoción y gestión de servicios y productos turísticos locales, 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.

## 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 supuestos escenarios de planificación en empresas o entidades, definiendo objetivos de unidades de información y/o distribución de ofertas de servicios turísticos.

**CE1.1** Justificar la importancia de la planificación en supuestos procesos de administración en unidades de información y/o distribución de ofertas de servicios turísticos, identificándolos cronológicamente.

**CE1.2** Clasificar tipos de planes para unidades de información y/o distribución de ofertas de servicios turísticos, diferenciándolos por categorías.

**CE1.3** Describir fases de un proceso de planificación en unidades de información y/o distribución de ofertas de servicios turísticos para establecer objetivos, tomar decisiones y seleccionar medios, verificándolos en función de objetivos marcados.

**CE1.4** Identificar elementos metodológicos para establecer un proceso de dirección por objetivos, cumpliendo directrices marcadas por supuestas unidades de información y/o distribución de ofertas de servicios turísticos.

**CE1.5** En un supuesto práctico de una unidad de información y distribución de ofertas de servicios turísticos a partir de un proyecto dado:

- Formular objetivos para una unidad de información y/o distribución de ofertas de servicios turísticos determinada en el marco de hipotéticos planes generales de empresa o entidad.
- Seleccionar opciones de actuación para la consecución de los objetivos propuestos identificándolos cronológicamente.
- Planificar medios humanos y materiales en programas de actuación, determinándolos en función de objetivos propuestos.

**C2:** Analizar estructuras organizativas y funcionales de relaciones internas y externas propias de unidades de información y/o distribución de ofertas de servicios turísticos, justificándolas en función de tipos de empresas o entidades.

**CE2.1** Clasificar tipos de distribuidores turísticos y de entidades que prestan información turística, llevando a cabo su caracterización.

**CE2.2** Describir factores y criterios de estructuración de relaciones internas y externas que determinan la supuesta organización de la unidad de información.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

**CE3.4** Diferenciar tipos de presupuestos por los distribuidores turísticos y entidades de información turística, expresando los objetivos de cada uno de ellos y describir la estructura y las partidas que componen dichos presupuestos.

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

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

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

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

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

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

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

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

- Definir información sobre la unidad, su organización y su imagen corporativa, utilizando material audiovisual.
- Aplicar técnicas para la comunicación intragrupal entre los supuestos miembros antiguos y nuevos de la unidad, simulando delegaciones de autoridad, animando a la iniciativa personal y a la creatividad.
- Evaluar el desempeño del personal con el fin de detectar áreas de oportunidad o de mejoramiento continuo de forma periódica.

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

**CE4.4** Justificar la figura del directivo y del líder en una organización, definiendo su perfil.

**CE4.5** Describir las técnicas de dirección y dinamización de equipos y reuniones de trabajo aplicables a unidades de información y distribución turísticas, justificándolas según objetivos.

**CE4.6** Justificar los procesos de motivación del personal adscrito a unidades de información y distribución turísticas, describiendo en función del trabajo a desarrollar.

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

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

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

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

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

**CE5.3** Coordinar la gestión de un sistema de calidad y de cultura corporativa de servicios turísticos estableciendo objetivos, identificando factores clave y barreras, y definiendo el programa para su implementación en lo referente a las actuaciones que se deban realizar y sus plazos.

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

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

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

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

### Otras Capacidades:

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

Participar y colaborar activamente en el equipo de trabajo.

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

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

Demostrar flexibilidad para entender los cambios.

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

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

## Contenidos

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

La planificación en el proceso de administración de una entidad.

Tipos de planes: objetivos, estrategias y políticas.

Fases del proceso de planificación.

Elementos del proceso de dirección por objetivos.

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

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

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

Tipología y clasificación de estas entidades.

Patrones de organización en entidades de gestión de productos y servicios turísticos.

Relaciones internas y externas de unidades de información y distribución de productos y servicios turísticos.

Tipos de información y documentos internos y externos que se generan en el marco de estructuras y relaciones interdepartamentales de unidades de información y distribución turísticas.

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

Métodos para la definición de puestos de trabajo en una organización.

Métodos para la selección de trabajadores cualificados en una entidad.

Características diferenciadoras de una unidad de información y gestión de productos y servicios turísticos en la definición de puestos de trabajo y de selección de personal para los mismos.

Planificación de los RRHH en una oficina turística: horarios, temporadas, formación continua, otros.

La función de integración del personal de unidades de negocios.

Técnicas de comunicación y de motivación adaptadas a la integración de personal en las instituciones.

La dirección y el liderazgo en las organizaciones.

Negociación en el entorno laboral.

Solución de problemas y toma de decisiones.

Dinamización de equipos y reuniones de trabajo.

La evaluación, la formación y la motivación en el entorno laboral.

Características diferenciadoras de las unidades de información y distribución de productos y servicios turísticos en el ámbito de la dirección de recursos humanos.

## 3 El control presupuestario en unidades de información y distribución turísticas

Tipos de costes, características y cálculo.

Justificación de la gestión presupuestaria.

Tipos de presupuestos.

Clasificación de los presupuestos: el presupuesto base o maestro.

Elaboración de los presupuestos.

El control presupuestario.

Elementos diferenciadores del proceso presupuestario en una unidad de información y distribución de productos y servicios turísticos.

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

Factores y líneas de estructuración para la eficacia de organizaciones.

Funciones propias de los departamentos que componen la entidad; puntos de unión entre ellos.

Fases de la generación de documentos tanto internos como externos.

Objetivos de las relaciones con otros tipos de entidades.

Competencias requeridas para realizar las tareas correspondientes en los puestos de trabajo.

Aplicaciones informáticas en unidades de información y distribución turísticas.

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

Cultura corporativa, responsabilidad social corporativa (RSC).

Imagen de marca: misión, visión y valores.

Calidad en los productos y servicios y evolución histórica de la calidad.

Sistemas y normas de calidad.

La gestión de la calidad total.

El sistema de calidad del Instituto para la Calidad Turística Española (ICTE).

Proceso de implementación de un sistema de calidad.

Diseño de los productos y servicios y sus estándares de calidad.

Gestión de la calidad y los planes de mejora continua.

La evaluación de la satisfacción del cliente de productos y servicios turísticos.

Procedimientos para el tratamiento de quejas y sugerencias.  
Gestión documental del sistema de calidad.  
Evaluación del sistema de calidad.

## Parámetros de contexto de la formación

### Espacios e instalaciones

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

- Taller de 4 m<sup>2</sup> por alumno o alumna.
- Instalación de 2 m<sup>2</sup> por alumno o alumna.

### Perfil profesional del formador o formadora:

1. Dominio de los conocimientos y las técnicas relacionado con la gestión de unidades de información y distribución turísticas, que se acreditará mediante una de las dos formas siguientes:

- Formación académica de nivel 2 (Marco Español de Cualificaciones para la Educación Superior) o de otras de superior nivel relacionadas con el campo profesional.
- Experiencia profesional de un mínimo de 3 años en el campo de las competencias relacionadas con este módulo formativo.

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

## 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, salud laboral, accesibilidad universal y protección medioambiental. Se considerará con carácter orientativo como espacios de uso:

- Instalación de 3 m<sup>2</sup> 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.