

ESTRUCTURA DEL MERCADO TURÍSTICO

CURSO: 1º CFGS AGENCIAS DE VIAJES Y GESTIÓN DE EVENTOS

DEPARTAMENTO: HOSTELERÍA Y TURISMO

SUMARIO

1. INTRODUCCIÓN.....	pág. 3
2. OBJETIVOS GENERALES DEL MÓD. EN REFERENCIA AL CF.....	pág. 3
3. COMPETENCIAS PROFESIONALES, PERSONALES Y SOCIALES.....	pág. 5
4. RESULTADOS DE APRENDIZAJE.....	pág. 6
5. DISTRIBUCIÓN Y DESARROLLO DE LOS CONTENIDOS.....	pág. 7
6. METODOLOGÍA.....	pág. 28
7. EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE Y DE LA ENSEÑANZA.....	pág. 29
8. MEDIDAS DE ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD.....	pág. 35
9. MATERIALES DIDÁCTICOS.....	pág. 37
10. TEMAS TRANSVERSALES.....	pág. 38
11. ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS Y EXTRAESCOLARES.....	pág. 39
12. BIBLIOGRAFÍA.....	pág. 40

1. INTRODUCCIÓN:

El Módulo Profesional de Protocolo y Relaciones públicas se imparte en el Ciclo Formativo de Grado Superior de Agencia de Viajes y Gestión de Eventos, recogido en el Real Decreto 1254/2009, de 24 de julio.

Duración del Módulo: 96 horas repartidas en 3 horas semanales de clase en el primer curso.

2. OBJETIVOS GENERALES DEL MÓDULO EN REFERENCIA AL C.F:

1. Identificar y seleccionar información sobre los consumidores, la competencia y la evolución del sector aplicando las técnicas de investigación apropiadas para reconocer las oportunidades de negocio.
2. Analizar información sobre proveedores de servicios, estándares de calidad, precios de mercado y demanda de clientes, aplicando procedimientos establecidos y la normativa vigente para programar y ofertar viajes combinados y otros servicios turísticos complejos.
3. Analizar información sobre el mercado de reuniones y demanda de clientes, determinando los recursos propios y ajenos y las necesidades de coordinación para programar y ofertar servicios para congresos, convenciones, ferias y otros eventos.
4. Valorar variables económicas y de calidad, aplicando diferentes métodos para seleccionar los proveedores.
5. Analizar las herramientas y estrategias del marketing reconociendo sus fases y aplicaciones para proponer programas de promoción, comunicación y distribución.
6. Seleccionar servicios turísticos y análogos, identificando las necesidades, motivaciones y expectativas de los consumidores para asesorar y proponer la mejor alternativa al cliente, empleando al menos dos idiomas extranjeros.

7. Identificar tarifas de diferentes servicios y proveedores, cotizando y/o calculando el importe teniendo en cuenta la normativa vigente para reservar los derechos de uso de servicios y productos turísticos.
8. Caracterizar la documentación propia de las agencias de viajes y de los proveedores de servicios, aplicando diversos procedimientos para emitir la documentación oportuna relativa a viajes y otros servicios.
9. Analizar recursos humanos y materiales, caracterizando puestos, funciones de personal y equipamiento para establecer estructuras organizativas y administrar departamentos de agencias de viajes.
10. Analizar los procesos de facturación y liquidación con clientes y proveedores, identificando los requisitos legales, económicos y empresariales para desarrollar las tareas de administración en las agencias de viajes y la gestión de eventos.
11. Caracterizar aplicaciones informáticas y de gestión, así como las TIC, reconociendo su utilidad para incrementar la eficacia de los servicios prestados.
12. Caracterizar los procedimientos de los servicios y las actuaciones post-venta, seleccionando las técnicas más adecuadas para aplicar protocolos de calidad.
13. Analizar las actitudes positivas, valorando la participación, respeto, tolerancia e igualdad de oportunidades entre las personas para motivar al personal a su cargo.
14. Reconocer e identificar posibilidades de negocio, analizando el mercado y estudiando la viabilidad de los proyectos para mantener el espíritu empresarial.

3. COMPETENCIAS PROFESIONALES, PERSONALES Y SOCIALES

La formación del módulo contribuye a alcanzar las competencias profesionales, personales y sociales de éste título que se relacionan a continuación:

- a) Analizar el mercado turístico para conocer las necesidades de los consumidores, las estrategias de los competidores y la evolución del sector, con objeto de encontrar y oportunidades de negocio.

4. RESULTADOS DE APRENDIZAJE:

1. Contextualiza El sector turístico, su evolución histórica y situación actual, analizando sus implicaciones como actividad socioeconómica.
2. Identifica las diferentes tipologías turísticas relacionándolas con la demanda y su previsible evolución.
3. Analiza la oferta turística caracterizando sus principales componentes, así como los canales de intermediación y distribución.
4. Caracteriza la demanda turística relacionando los diferentes factores y elementos que la motivan, así como sus tendencias actuales.

5. DISTRIBUCIÓN Y DESARROLLO DE LOS CONTENIDOS:

UNIDAD DIDÁCTICA 1

CONCEPTOS BÁSICOS DEL SECTOR TURÍSTICO

- **Contenidos:**

Contenidos Conceptuales

1. El turismo. Definición. Contextualización dentro de una estructura de mercado.
 - 1.1. Conceptos de turismo.
 - 1.1.1. Turista.
 - 1.1.2. Visitante.
 - 1.1.3. Excursionista.
 - 1.1.4. Otros...
 - 1.2. Formas de turismo.
 - 1.3. Unidades básicas del turismo internacional.
2. Corrientes y núcleos turísticos.
3. El sistema turístico
4. Modalidades de turismo.

Contenidos Procedimentales

1. Identificación el origen y la evolución del turismo.
2. Análisis e interpretación de los conceptos básicos del turismo.
3. Análisis de la importancia del turismo en la economía nacional, europea y mundial
4. Análisis de los distintos conceptos que se manejan en el sector turístico.
5. Caracterización del núcleo turístico.
6. Identificación de las distintas modalidades de turismo.

Contenidos Actitudinales

1. Interés del alumnado por el turismo como sector en el que desarrollará su futura actividad profesional.
2. Predisposición por parte del alumnado para enfocar la actividad turística desde la perspectiva de las diferentes tendencias, opiniones, costumbres, tipologías, razas, etc., con las que deberá afrontar cualquier actividad relacionada con el turismo.

3. Desarrollo de las habilidades necesarias para adaptarse a las nuevas situaciones del turismo.
4. Capacidad de análisis con respecto a los datos aportados por la economía y relacionados con el turismo.

- **Temporalización:** 5 horas

- **Criterios de evaluación:**

1. Se han definido los elementos básicos que caracterizan el sector turístico.
2. Se han identificado las distintas modalidades de turismo.
3. Se han identificado las distintas unidades básicas del turismo.
4. Se ha reconocido la importancia del turismo en la esfera económica global.
5. Se han identificado las características que intervienen en los desplazamientos de las personas.
6. Se ha valorado la importancia de la actividad turística respecto al desarrollo económico y social del núcleo turístico.

- **Actividades:**

- Buscar información en internet información sobre los conceptos de turismo:
 - Real Academia Española de la Lengua
 - Organización Mundial del Turismo
 - Unión Europea
- Caracterización de cada una de las formas de turismo.
- Identificación de las unidades básicas del turismo internacional.
- Ejemplificar cada una de las modalidades de turismo contempladas.

UNIDAD DIDÁCTICA 2

EVOLUCIÓN DEL TURISMO

- **Contenidos:**

Contenidos Conceptuales

1. Introducción.
2. Los orígenes del turismo
 - 2.1. Desde los inicios hasta comienzos del s. XIX:
 - 2.1.1. Orígenes
 - 2.1.2. La Edad Media
 - 2.1.3. El Renacimiento
 - 2.1.4. Del s. XVII hasta comienzos del XIX.
 - 2.2. Desde el s. XIX hasta la Segunda Guerra Mundial.
 - 2.3. Desde 1950 hasta el turismo de masas de nuestros días.
3. La evolución del turismo.
 - 3.1. La evolución histórica del turismo en Europa y el mundo.
 - 3.2. La evolución histórica del turismo en España.
4. La normativa turística
5. Principales eventos locales, regionales, nacionales e internacionales en materia de turismo.

Contenidos Procedimentales

1. Identificación los orígenes del turismo.
2. Análisis e interpretación del concepto “turismo de masas”.
3. Análisis de la evolución histórica del turismo en el mundo y en España.
4. Identificación de la normativa relacionada con las actividades turísticas.
5. Identificación de los eventos que se producen en los diferentes niveles: local, regional, nacional, internacional en materia de turismo.

Contenidos Actitudinales

1. Valoración de la importancia que tiene el conocimiento de los orígenes de cualquier actividad económica.
2. Desarrollar y valorar la importancia del conocimiento de nuestra historia.
3. Mostrar una actitud positiva frente a problemas y situaciones.
4. Capacidad de análisis de la situación actual de una actividad con relación a su origen y evolución.
5. Interés por el conocimiento de la normativa relativa a cualquier actividad humana.

- **Temporalización:** 10 horas

- **Criterios de evaluación:**

1. Se ha analizado la evolución del turismo.
2. Se identifican los encuentros nacionales e internacionales en materia de turismo.
3. Se valora la importancia para el sector de la celebración de encuentros relacionados con en turismo.

- **Actividades:**

- Realizar una “mapa conceptual cronológico” en el que se expresan los momentos más importantes en la evolución histórica del turismo.
- Localizar en un mapamundi los países, regiones que han sufrido con más intensidad el turismo de masas durante el s. XX.
- Identificar los eventos relacionados con el turismo que se realizan cada año a nivel mundial, europeo y español.
- Buscar la normativa relativa a las distintas actividades turísticas.

UNIDAD DIDÁCTICA 3

ENTIDADES PÚBLICAS Y PRIVADAS DE ÁMBITO LOCAL, REGIONAL, NACIONAL E INTERNACIONAL RELACIONADAS CON EL SECTOR TURÍSTICO

- **Contenidos:**

Contenidos Conceptuales

1. Los agentes turísticos
2. Introducción
3. Grupo empresarial
 - 3.1. Proveedores finales
 - 3.2. Distribuidores
 - 3.3. Organizadores/mediadores
4. Grupo Institucional.
 - 4.1. Organizaciones, instituciones y asociaciones turísticas mundiales.
5. La Administración y la Política turísticas.
 - 5.1. La Administración Pública turística
 - 5.2. La Administración turística española
 - 5.2.1. Las oficinas de turismo en el exterior.
 - 5.3. Los órganos de cooperación y coordinación
6. Legislación turística básica.
7. La política turística.
8. La política turística en España.
9. Las empresas públicas.

Contenidos Procedimentales

1. Identificación de los distintos agentes turísticos.
2. Identificación y análisis de los tipos de agentes empresariales que desarrollan su actividad en el campo del turismo.
3. Identificación de las distintas Organizaciones, instituciones y asociaciones turísticas a nivel mundial, europeo, español...
4. Análisis de las diferentes administraciones que intervienen en la política turística.
5. Caracterización de los órganos de cooperación y coordinación.

6. Tipificación de las distintas políticas turísticas.
7. Caracterización de las empresas públicas relacionadas con el turismo.

Contenidos Actitudinales

1. Valoración de la importancia de la información y su utilización en las empresas turísticas.
2. Desarrollo de un sentido crítico frente a información obtenida de fuentes internas y externas.
3. Valorar la importancia del trabajo en equipo y de una coordinación eficaz.
4. Apreciar la importancia de organismos superiores que intervengan, organicen y coordinen los diferentes factores que participan en una actividad empresarial.
5. Considerar la importancia de la política en el desarrollo del turismo de una región.
6. Incidir en la necesidad de empresas públicas para canalizar las políticas del turismo.

- **Temporalización:** 8 horas

- **Criterios de evaluación:**

- a. Se identifican los encuentros nacionales e internacionales en materia de turismo y su importancia para el sector.
- b. Se han identificado y caracterizado las diferentes instituciones públicas o privadas relacionadas con el sector turístico.
- c. Se ha valorado la importancia de la profesionalidad en el ámbito de la profesión turística.
- d. Se ha reconocido el uso de las nuevas tecnologías en el sector turístico y su impacto como elemento dinamizador en éste.

- **Actividades:**

- Buscar en Internet las diferentes Organizaciones, instituciones y asociaciones turísticas mundiales.
- Identificar diferentes grupos empresariales relacionados con las diferentes formas de turismo relacionadas en la Unidad 1.

- Navegar en la página de la OMT y analizar la estructura de este organismo. Organizaciones, entes, etc. dependientes de este organismo internacional. Recomendaciones llevadas a cabo.
- Describir la administración política sobre el turismo en la Unión Europea. Políticas en las que incide.
- Referir los diferentes órganos de cooperación y coordinación turísticos en nuestro país.
- Buscar las empresas públicas dependientes de las diferentes administraciones turísticas: estatal y andaluza.

UNIDAD DIDÁCTICA 4

VALORACIÓN DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA Y DE LOS PROFESIONALES DEL TURISMO

- **Contenidos:**

Contenidos Conceptuales

1. Introducción
2. Valoración de la actividad turística en el desarrollo de un núcleo poblacional.
 - 2.1. Efectos económicos del turismo
 - 2.2. Las administraciones públicas en la economía del turismo
 - 2.3. El turismo en el comercio mundial
3. Valoración de las nuevas tecnologías como fuentes de información y promoción turística.
 - 3.1. Las nuevas tecnologías aplicadas en turismo.
4. Las profesiones turísticas
 - 4.1. Identificación de las distintas profesiones y profesionales relacionados con la actividad turística.
 - 4.2. La gestión de los recursos humanos.
 - 4.3. La responsabilidad de la función de personal.

Contenidos Procedimentales

1. Identificación de los diversos factores que influyen en el desarrollo turístico de un núcleo poblacional.

2. Tipificación de las distintas administraciones que influyen en la economía del turismo en un núcleo poblacional.
3. Caracterización del turismo en el comercio mundial.
4. Análisis de las nuevas tecnologías como fuente de información turística.
5. Caracterización de las diferentes profesiones turísticas.
6. Determinación de la importancia de la responsabilidad y la profesionalidad en cualquier actividad relacionada con el turismo y su entorno.

Contenidos Actitudinales

1. Reconocer la importancia de la actividad turística en un núcleo poblacional.
2. Valoración de la importancia de la información y su utilización en las empresas turísticas.
3. Desarrollo de un sentido crítico frente a información obtenida de fuentes internas y externas.
4. Valorar la importancia del trabajo en equipo y de una coordinación eficaz.
5. Apreciar la importancia de organismos superiores que intervengan, organicen y coordinen los diferentes factores que participan en una actividad empresarial.

- **Temporalización:** 6 horas

- **Criterios de evaluación:**

- a. Se identifican los encuentros nacionales e internacionales en materia de turismo y su importancia para el sector.
- b. Se han identificado y caracterizado las diferentes instituciones públicas o privadas relacionadas con el sector turístico.
- c. Se ha valorado la importancia de la profesionalidad en el ámbito de la profesión turística.
- d. Se ha reconocido el uso de las nuevas tecnologías en el sector turístico y su impacto como elemento dinamizador en éste.

- **Actividades:**

- Relacionar los factores que determinan el desarrollo del núcleo poblacional con el turismo.
- Establecer una lluvia de ideas sobre los efectos económicos del turismo.
- Realizar un estudio de los distintos programas informáticos utilizados en el sector. Actividades que abarca. Importancia para el desarrollo de la tarea.
- Elaborar una relación de las empresas que proporcionan el material informático a las empresas turísticas.
- Buscar en Internet la implantación de las nuevas tecnologías en el sector turístico.

UNIDAD DIDÁCTICA 5

IDENTIFICACIÓN DE LAS TIPOLOGÍAS TURÍSTICAS

- **Contenidos:**

Contenidos Conceptuales

1. Las tipologías turísticas:
 - 1.1. Turismo de ocio
 - 1.2. Turismo de sol y playa
 - 1.3. Turismo ecológico o medioambiental
 - 1.4. Turismo rural
 - 1.5. Diversión y entretenimiento
 - 1.6. Turismo cultural
 - 1.7. Turismo activo
 - 1.8. Turismo de salud
 - 1.9. Turismo de negocios
 - 1.10. Convenciones y congresos
 - 1.11. Viajes de incentivo y familiarización
 - 1.12. Turismo religioso
 - 1.13. Turismo alternativo
 - 1.14. Otros
2. Características de las tipologías turísticas.
3. Factores que influyen en su localización espacial.

Contenidos Procedimentales

1. Identificación de las distintas tipologías turísticas.
2. Análisis e interpretación del significado intrínseco de cada modalidad de turismo relacionándolo con otras tipologías.
3. Caracterización de los diferentes tipos de turismo.
4. Identificación de los factores que influyen en la localización espacial de las diferentes tipologías turísticas.

Contenidos Actitudinales

1. Interés del alumnado por el turismo como sector en el que desarrollará su futura actividad profesional.
2. Interpretación de la importancia de cualquier forma de turismo para el desarrollo integral del hombre.
3. Interpretación de las distintas características con que cuentan las tipologías turísticas estudiadas y su relación con la caracterización de otras actividades.
4. Respeto con las distintas opciones de elección que tiene el ser humano para utilizar su tiempo de ocio.
5. Evaluar los diferentes factores que influyen en la localización espacial de los diferentes tipos de turismo.

- **Temporalización:** 14 horas

- **Criterios de evaluación:**

1. Se han identificado las distintas tipologías turísticas relacionándolas con las características básicas de las mismas.
2. Se han localizado las distintas tipologías turísticas por su distribución geográfica.
3. Se han relacionado los diferentes factores que influyen en la localización espacial según el tipo de turismo de la zona.
4. Se ha valorado la importancia de las distintas opciones de elección que tiene el ser humano para utilizar su tiempo de ocio.

- **Actividades:**

- Buscar información en Internet acerca de las distintas formas de turismo que conocemos.
- Realizar un dossier comprensivo de cada tipología turística, sus características, sus principales localizaciones geográficas, factores que influyen en su localización, etc.
- Presentación por grupos de las distintas tipologías turísticas.

UNIDAD DIDÁCTICA 6

TENDENCIAS DE LAS TIPOLOGÍAS TURÍSTICAS

- **Contenidos:**

Contenidos Conceptuales

1. Introducción
2. Tendencias de las tipologías turísticas nacionales.
 - 2.1. Tipologías turísticas en España.
 - 2.2. Tendencias actuales.
3. Tendencias de las tipologías turísticas internacionales.
 - 3.1. Tipologías turísticas en el mundo.
 - 3.2. Tendencias actuales.

Contenidos Procedimentales

1. Identificación del término “Tendencia” en sus diferentes aspectos.
2. Análisis de las distintas tipologías turísticas en España.
3. Análisis e interpretación de las tendencias actuales en las tipologías turísticas de España.
4. Análisis de las distintas tipologías turísticas internacionales.
5. Análisis e interpretación de las tendencias actuales en las tipologías turísticas internacionales.
6. Apreciar la importancia de las nuevas tecnologías en la búsqueda de información.

Contenidos Actitudinales

1. Desarrollo de las habilidades necesarias para adaptarse a las nuevas Tendencias del turismo.

2. Capacidad de análisis con respecto a los datos aportados y relacionados con las tipologías turísticas.
3. Calcular la importancia del desarrollo de las sociedades actuales y su influencia en los estilos y tendencias de vida.

- **Temporalización:** 6 horas

- **Criterios de evaluación:**

1. Se han definido las diferentes tipologías turísticas relacionándolas con las características básicas de las mismas.
2. Se han localizado las distintas tipologías turísticas por su distribución geográfica.
3. Se han relacionado los diferentes factores que influyen en la localización espacial según el tipo de turismo de la zona.
4. Se han analizado las tendencias de las tipologías turísticas nacionales.
5. Se han analizado las tendencias de las tipologías turísticas internacionales.

- **Actividades:**

- Caracterización de las distintas tipologías turísticas.
- Por grupos defender la importancia de cada tipología turística frente a otras.
- Realizar un estudio y posterior debate sobre los factores que influyen en la localización espacial de las tipologías turísticas.
- Ejemplificar cada una de las tipologías turísticas contempladas.
- Buscando información en Internet relativa a las tendencias turísticas en España y el resto del mundo, realizar un análisis comparativo de las mismas.
- Realizar un mapa de España localizando las distintas tipologías turísticas por su distribución geográfica.

UNIDAD DIDÁCTICA 7

LOS IMPACTOS DEL TURISMO

- **Contenidos:**

- **Contenidos Conceptuales**

1. Introducción
2. Impactos del turismo a nivel local, regional, nacional e internacional:
 - 2.1. Económicos
 - 2.2. Sociales
 - 2.3. Culturales
 - 2.4. Medioambientales.
 - 2.5. El concepto de turismo sostenible
 - 2.5.1. El desarrollo sostenible
 - 2.5.2. El turismo en el marco del desarrollo sostenible
 - 2.5.3. Estrategias de un turismo sostenible.
3. Instrumentos voluntarios para empresas turísticas.
 - 3.1. Códigos de conducta.
 - 3.2. Guías de buenas prácticas.
 - 3.3. Ecoetiquetas.
 - 3.4. Sistemas de gestión ambiental.
 - 3.5. Indicadores y *benchmarking*.
4. Factores que intervienen en la demanda y la incidencia que se puede ejercer sobre los mismos.
 - 4.1. ¿Por qué se viaja? La motivación turística.
 - 4.2. ¿Cómo se viaja? Modalidades y características de viaje
 - 4.3. ¿Quién viaja? El cliente potencial
 - 4.4. ¿Cuándo se viaja? La estacionalidad
 - 4.5. ¿A dónde se viaja? El destino, núcleos receptores.
5. El comportamiento de la demanda española.

Contenidos Procedimentales

1. Identificación del concepto “impacto” en las diferentes acepciones relacionadas.
2. Análisis de los tipos de agentes empresariales que desarrollan su actividad en el campo del turismo.
3. Se tipifican los diversos efectos del turismo a nivel local.
4. Se tipifican los diversos efectos del turismo a nivel nacional.
5. Se tipifican los diversos efectos del turismo a nivel internacional.
6. Evaluación de la importancia de la conservación del medioambiente para el turismo.
7. Se identifican los factores que intervienen en la demanda turística.
8. Determinación del comportamiento de la demanda de turismo en España.

Contenidos Actitudinales

1. Valoración de la importancia de la contextualización en el territorio de los diferentes efectos de cualquier actividad humana.
2. Generar un análisis crítico de los efectos de cualquier actividad humana.
3. Desarrollo de un sentido ecológico frente a la utilización de los recursos de un destino turístico.
4. Concienciación de la importancia de la conservación del medioambiente para el turismo.

- **Temporalización:** 10 horas

- **Criterios de evaluación:**

1. Se han analizado las tendencias de las tipologías turísticas nacionales.
2. Se han analizado las tendencias de las tipologías turísticas internacionales.
3. Se han descrito las ventajas e inconvenientes del desarrollo turístico de una zona.
4. Se han valorado los factores que influyen en la demanda y la incidencia que podemos hacer sobre ellos y su distribución.

- **Actividades:**

- Realizar fichas descriptivas de los diferentes efectos del turismo a nivel local.
- Id. a nivel nacional.
- Id. a nivel internacional.
- Mediante el método roll playing organizar un debate en el que una parte del alumnado esté a favor del cuidado del medioambiente y otros muestren su disconformidad o incredulidad por los cambios medioambientales.
- Realizar entrevistas en el centro educativo al alumnado de Bachiller o en la calle para determinar posteriormente mediante un informe detallado de cuál es la motivación que les lleva a hacer turismo.

UNIDAD DIDÁCTICA 8

ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA

- **Contenidos:**

Contenidos Conceptuales

1. El mercado turístico y sus características.
2. La oferta turística: Elementos y estructuras
 - 2.1. La oferta básica.
 - 2.1.1. Empresas de alojamiento turísticos.
 - 2.1.2. Medios de transporte turísticos.
 - 2.1.3. Intermediación turística
 - 2.1.4. Canales de distribución
 - 2.2. La oferta complementaria.
 - 2.2.1. Empresas de restauración turística.
 - 2.2.2. Empresas de servicios diversos.

Contenidos Procedimentales

1. Identificación de los diversos factores que influyen en el mercado turístico.
2. Caracterización de los elementos y estructuras de las empresas que forman la oferta básica turística.
3. Identificación de las empresas de alojamiento turísticos.

4. Id. con medios de transporte turísticos.
5. Id. con empresas de intermediación turística.
6. Id. con canales de distribución.
7. Análisis de la oferta turística complementaria.
8. Identificación de las empresas de restauración turística.
9. Id. con empresas de servicios diversos.
10. Determinación de la importancia del conjunto empresarial relativo al turismo.
11. Valoración del turismo como una actividad económica estratégica y generadora de empleo.

Contenidos Actitudinales

1. Distinguir los factores que influyen en el mercado turístico.
2. Reconocimiento de los elementos empresariales que intervienen en el mercado turístico.
3. Estimación de las características de los diversos tipos de empresas que constituyen la oferta básica turística.
4. Estimación de las características de los diversos tipos de empresas que constituyen la oferta complementaria turística.
5. Valorar el peso de este tipo de empresas en el desarrollo del turismo en un núcleo o destino.

- **Temporalización:** 14 horas

- **Criterios de evaluación:**

1. Se ha identificado el mercado turístico y sus características.
2. Se ha definido la oferta turística junto con los elementos y estructura básica de la misma.
3. Se han caracterizado los canales de intermediación turística, así como los nuevos sistemas de distribución.
4. Se han diferenciado las empresas de alojamientos turísticos según su tipología y características básicas.
5. Se han identificado los diferentes medios de transporte de carácter turístico y los servicios ligados a ellos.

6. Se ha caracterizado la oferta complementaria.

- **Actividades:**

- Elaborar un listado de términos precisos para hablar de “oferta turística” así como de aquéllos relativos a las distintas empresas que conforman este tipo de oferta.
- Realizar un estudio porcentual de empresas básicas y complementarias en las distintas zonas turísticas de España.
- Realizar un estudio porcentual de empresas básicas y complementarias en las distintas zonas turísticas de Andalucía.
- Sobre la base de artículos de prensa, comentar la situación actual de las diversas empresas turísticas básicas.
- Sobre la base de artículos de prensa, comentar la situación actual de las diversas empresas turísticas complementarias.
- Buscar en Internet los distintos grupos empresariales turísticos y realizar un informe de las empresas que los conforman señalándolas en el grupo de oferta básica y complementaria.
- Preparar por grupos un power point en el que se explique los cambios producidos de las distintas empresas turísticas que componen la oferta básica.

UNIDAD DIDÁCTICA 9

EL NÚCLEO TURÍSTICO. LA OFERTA TURÍSTICA EN ANDALUCÍA

- **Contenidos:**

Contenidos Conceptuales

1. Introducción
2. El núcleo turístico.
 - 2.1. Características.
 - 2.2. Recursos turísticos.
 - 2.3. Importancia económica del turismo para el núcleo turístico.
3. La oferta turística en Andalucía.

Contenidos Procedimentales

1. Identificación de los diversos factores que influyen en el desarrollo turístico de un núcleo turístico.
2. Tipificación de las características que conforman el núcleo turístico.
3. Análisis de los distintos recursos turísticos que pueden conformar el núcleo turístico.
4. Determinación de la importancia económica del turismo para el núcleo turístico.
5. Caracterización de oferta turística en Andalucía.

Contenidos Actitudinales

1. Reconocer la importancia de la actividad turística en un núcleo turístico.
2. Apreciación de la importancia de todos y cada uno de los recursos turísticos que componen el núcleo turístico.
3. Valoración de los recursos turísticos que componen el núcleo turístico.
4. Identificar la oferta turística en Andalucía.

- **Temporalización:** 10 horas

- **Criterios de evaluación:**

1. Se han descrito las peculiaridades del núcleo turístico.
2. Se ha valorado la importancia del turismo en la economía del núcleo turístico.
3. Caracteriza la demanda turística relacionando los diferentes factores y elementos que la motivan, así como sus tendencias actuales.

- **Actividades:**

- Mediante una tormenta de ideas, buscar las características más determinantes de los recursos que intervienen en un núcleo turístico.
- Por grupos realizar un listado de los recursos turísticos que tienen cada una de las provincias andaluzas.
- Describir los recursos identificados.

- Realizar un mapa provincial señalando los recursos turísticos que caracterizan cada núcleo turístico.
- Mediante una mesa redonda, resaltar la importancia que un cierto recurso turístico puede imprimir en un núcleo turístico.
- Realizar un estudio de la importancia del turismo para el núcleo turístico.

UNIDAD DIDÁCTICA 10

CARACTERIZACIÓN DE LA DEMANDA TURÍSTICA

- **Contenidos:**

Contenidos Conceptuales

1. Introducción.
2. La demanda turística.
 - 2.1. Definición.
 - 2.2. Caracterización.
 - 2.3. Factores que intervienen en su determinación.
3. La elasticidad de la demanda y elementos que influyen en ella.
4. Los clientes.
 - 4.1. Tipología.
 - 4.2. Características.
 - 4.3. Comportamientos de compra.
5. Motivaciones de la demanda turística.
6. La estacionalidad de la demanda.
 - 6.1. Acciones de desestacionalización.
7. Tendencias actuales de la demanda turística.
8. Valoración de la importancia de conocer a la clientela como elemento dinamizador de la demanda.

Contenidos Procedimentales

1. Definición y caracterización de la demanda turística.
2. Análisis e interpretación del término “elasticidad” referido a la demanda turística.
3. Valorar los elementos que influyen en la elasticidad de la demanda turística.
4. Análisis del concepto cliente.
5. Caracterización de los diferentes tipos de clientes.

6. Diferenciación de las distintas motivaciones que presenta la demanda turística.
7. Investigación de las tendencias actuales de la demanda turística.
8. Valoración de la importancia de conocer a la clientela.

Contenidos Actitudinales

1. Interés del alumnado por conocimiento de los elementos que definen y caracterizan la demanda turística.
2. Predisposición por parte del alumnado para enfocar y conocer las características de las distintas tipologías de clientes.
3. Desarrollo de la capacidad de empatía del profesional del turismo con sus clientes sobre la base del conocimiento de los mismos.
4. Valoración de la capacidad de reacción ante la demanda de los clientes.

- **Temporalización:** 15 horas

- **Criterios de evaluación:**

1. Se ha conceptualizado y determinado los factores de la demanda turística.
2. Se ha clasificado a los clientes por su tipología y nacionalidad.
3. Se ha analizado la metodología de compra según el tipo de clientela.
4. Se han descrito los diferentes elementos externos que influyen en la elasticidad de la demanda.
5. Se han caracterizado las principales motivaciones de la demanda turística.
6. Se ha caracterizado la estacionalización de la demanda y las técnicas de desestacionalización.
7. Se han investigado las tendencias actuales de la demanda, así como los mercados emergentes.
8. Se ha valorado la importancia de conocer a la clientela como elemento dinamizador de la demanda turística.

- **Actividades:**

- Mediante una tormenta de ideas, buscar las características más importantes de la demanda turística.
- Buscar artículos en las revistas especializadas en los que se haga referencia a la elasticidad de la demanda turística con relación al núcleo turístico.
- Realizar un dossier con los artículos anteriores clasificándolos por zonas geográficas internacionales.
- Realizar representaciones teatrales en las que se caractericen los distintos tipos de clientes que componen la demanda turística.
- Realizar un mapa conceptual comprensivo de las motivaciones de la demanda turística.
- Buscar en las páginas estadísticas de la Administración Central y Autonómica Andaluza de cuáles han sido los valores estacionales de los últimos 3 años.
- Mediante la información anterior, determinar cuáles son las tendencias actuales de la demanda turística en España y en Andalucía.

6. METODOLOGÍA:

La metodología a emplear será activa-participativa, fomentando el aprendizaje constructivo por parte del alumnado, explorando los conocimientos iniciales del grupo, elaboración de cuadros sinópticos y resolución de dudas.

El proceso de enseñanza -aprendizaje se realizará a través de la realización de ejercicios y actividades, tanto de forma individual como en grupos.

La profesora realizará exposiciones teóricas de los contenidos, realizando demostraciones, motivando la participación y conduciendo al alumnado hacia el propio conocimiento, así como realizando una orientación continua y un estricto control de las actividades y supuestos.

La metodología promoverá la integración de contenidos científicos, tecnológicos y organizativos. Así mismo, favorecerá en el alumnado la capacidad para aprender por sí mismo y para trabajar en equipo.

7. EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE Y DE LA ENSEÑANZA:

El departamento de Hostelería y Turismo ha diseñado unos criterios de evaluación comunes que se desarrollan a continuación. La evaluación será continua durante todo el proceso de enseñanza-aprendizaje, exigiendo una asistencia regular a clase así como su participación en las actividades programadas para el módulo profesional. Para poder controlar este proceso de asistencia regular, se fija lo establecido por el departamento que dice que aquel alumno que supere el 25% de faltas injustificadas en el módulo, perderá el derecho a examen en esa evaluación, debiendo examinarse de esa materia en la convocatoria de recuperación de la evaluación suspensa.

Por tanto, se entenderán faltas justificadas aquellas que vengan acompañadas de un parte de asistencia médica debidamente relleno o justificantes de un deber inexcusable a organismos oficiales.

Esto se ha establecido de esta forma dada la gran importancia que tienen las realizaciones prácticas para la consecución de las competencias del título.

El alumnado tendrá un máximo de cuatro convocatorias para superar el módulo profesional, pero podrá agotar hasta **una convocatoria** por curso escolar.

Se evaluará:

- ✓La asistencia y la actitud

- ✓Las actividades de enseñanza-aprendizaje

- ✓Las actividades específicas de evaluación.

Los instrumentos necesarios para ello serán entre otros: la observación, anotaciones en el cuaderno del profesor, entrega de trabajos y realización de exámenes o pruebas de evaluación, así como la propia actitud del alumno.

Durante el trimestre, a través de la observación sistemática y del cuaderno del profesor, se tendrá un control de la actividad de éstos en clase; la participación y realización de los

trabajos encomendados, la actitud hacia los demás y hacia la profesión, las pautas de comportamiento en el aula.

En cuanto a las pruebas de evaluación, se realizará una prueba de evaluación inicial (que se evaluará en la sesión de evaluación inicial dentro del primer mes de clases), y un examen de evaluación parcial por trimestre, pudiéndose realizar durante dicho trimestre exámenes parciales con carácter eliminatorio, cuya nota se guardará para dicho examen de evaluación parcial, no para el examen de evaluación final.

Una vez establecido el calendario de exámenes (consensuado por el alumnado y profesores) no se realizarán cambios. No se repetirá tampoco ningún examen por circunstancias personales.

En los exámenes se descontará puntos por falta de ortografía: 0.25 puntos por faltas; 3 tildes serán contabilizadas como una falta.

Se realizará una prueba objetiva en mayo con los contenidos teóricos y prácticos de la evaluación no superada.

La superación de las evaluaciones tiene carácter eliminatorio hasta la convocatoria extraordinaria de junio, donde deberán de examinarse del módulo completo. La recuperación del módulo no superado se realizará en la convocatoria extraordinaria de junio.

Aquellos exámenes parciales suspensos tendrán la posibilidad de ser superados en el examen de evaluación parcial del trimestre; recuperando de esta manera el parcial suspenso o, en su caso, la evaluación suspensa.

Para ello, se propondrán al alumnado diferentes tipos de actividades realizadas en clase que les ayude a la mejor comprensión de aquellos contenidos no superados y les prepare para superar el módulo en la evaluación final.

Para los alumnos que lo que deseen sea subir nota, deberán asistir a clases igual que el resto de sus compañeros y participar en el proceso de enseñanza-aprendizaje en cuanto a la resolución de nuevas actividades y supuesto prácticos propuestos con la intención de que puedan mejorar su nota en la evaluación final. Los exámenes de recuperación se puntuarán

como máximo con un 8 a efectos de media en la nota final del curso. El alumno/a podrá presentarse a las recuperaciones para subir nota, pudiendo obtener como máximo una calificación de 8. En el examen de junio se podrá optar únicamente a un 5.

Para la evaluación parcial de cada trimestre, se procederá a realizar la media aritmética entre todas las pruebas realizadas en el trimestre, siempre que el alumno/a haya obtenido una calificación igual o superior a 5 puntos en cada una de ellas. Asimismo, se tendrá en cuenta la realización de los diferentes trabajos y actividades propuestos durante la evaluación, así como la asistencia y actitud.

Para considerar que el alumno ha asimilado los contenidos propuestos para cada evaluación, se establece que deberá superar los contenidos establecidos anteriormente para cada unidad didáctica. La superación o no de los contenidos será establecida gracias a los criterios de evaluación asociados a cada uno de los mismos recogidos en las unidades didácticas. A la hora de valorar la consecución o no de los resultados de aprendizaje, haremos referencia a su asociación con sus criterios de evaluación recogidos anteriormente en el desarrollo de las unidades didácticas.

En cuanto a la elaboración y presentación de trabajos se tendrán en cuenta los siguientes criterios:

- Aquellos alumnos/as que no hayan realizado los ejercicios de clase, al menos en un 75%, deberán superar el examen de esa evaluación con una nota de 6 para aprobar. Los trabajos de clase han de ser entregados sin faltas de ortografía. En caso contrario, el alumno/a deberá corregirlos y entregarlos de nuevo.
- La fecha de entrega debe ser la indicada, a menos que se entregue antes de la misma, o se tenga falta médica justificada.
- El trabajo debe contener una portada, índice, numeración y bibliografía. La portada incluirá el título del trabajo, nombre y apellidos, grupo a que pertenece y curso.
- Se valorará la inclusión de todos los contenidos exigidos para el trabajo y la estructuración más adecuada de los mismos.
- El trabajo no podrá ser superado si ha existido plagio, en caso necesario, de

citas literales deberá indicarse la procedencia de las mismas.

- Para aquellos trabajos que requieren de exposición en clase, será obligatoria la utilización del Power Point o programa similar. En este caso, se prestará especial atención a la exposición del tema, considerando los criterios utilizados por el alumno para resumir contenidos y la expresión verbal y no verbal para presentar los contenidos.

Por último, los criterios de calificación establecidos y utilizados para evaluar al alumnado, son los expuestos a continuación:

- Actividades de Enseñanza-aprendizaje: 20%
- Actividades específicas de evaluación: 70%
- Asistencia y actitud: 10%

Sin embargo, dada la gran diversidad de contenidos desarrollados a lo largo de las unidades didácticas, cabe la posibilidad de modificar estos criterios de calificación para poder adaptarlos a las necesidades específicas de cada unidad didáctica que se imparta en ese momento. En dicho caso, el alumnado será informado debidamente de las posibles modificaciones que se pudieran dar en los citados criterios de calificación.

Así, resumiendo, podemos establecer las siguientes normas y criterios comunes:

- La asistencia a clase es obligatoria. Todo alumno que supere el 25% de faltas no justificadas debidamente, perderá el derecho a examen en esa evaluación, debiendo examinarse de esa materia en la convocatoria extraordinaria.
- La única convocatoria oficial y de obligado cumplimiento durante el curso es la Evaluación Final (realizada en junio), cuya fecha de convocatoria es establecida por la Jefatura de Estudios del centro, y que serán debidamente comunicadas al alumno en su momento. No obstante, el profesorado realizará evaluaciones parciales (dentro de la anteriormente explicada evaluación

continua).

- En la línea de lo dicho anteriormente se realizará un único examen por evaluación (1ª, 2ª y 3ª evaluación), dejando a potestad del profesorado de cada módulo la posibilidad de realizar exámenes parciales eliminatorios de materia en cada evaluación, guardando la nota para dicha evaluación. Sin embargo, estas notas no serán contempladas en el examen de Evaluación Final en caso de no aprobar la evaluación.
- Procedimiento de recuperación de pruebas escritas: en caso de no superar alguna de las pruebas escritas, o no poder asistir a ellas (tenga o no justificación), el alumno tendrá la posibilidad de realizar una recuperación en la prueba escrita que corresponda a la evaluación final del trimestre. En caso de obtener una calificación negativa, y con ello no superar la evaluación parcial del trimestre, el alumno deberá recuperar dicha evaluación parcial del trimestre en la Evaluación Final de junio.
- A la Evaluación Final deberán presentarse aquellos alumnos que no hayan superado alguna de las tres evaluaciones o deseen subir nota, y sólo con la materia correspondiente a la evaluación o evaluaciones no superadas.
- La calificación de la Evaluación Final corresponde exclusivamente a la obtenida en el examen correspondiente, no teniéndose en cuenta las calificaciones procedentes de otros exámenes, trabajos o actividades.
- Los criterios de evaluación mínimos a considerar a la hora de obtener la calificación final (es decir, la materia para examen), no serán sólo los contenidos teóricos, sino aquellas actividades de enseñanza-aprendizaje, exposiciones de clase, etc. que el/la profesor/a considere oportuno por su relación con el módulo (es decir, el/la profesor/a sí podrá incluir en el examen esas actividades que hayan sido tratadas previamente en el aula). De este tipo de actividades serán informados los alumnos para que lo tengan en cuenta a la

hora de obtener una mayor puntuación en sus calificaciones.

- Los trabajos se entregan en la fecha prevista. Cualquier trabajo entregado posteriormente no será recogido (excepto en los casos debidamente justificados).

8. MEDIDAS DE ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD:

A través de propuestas de actividades en pequeño grupo se pretende integrar al alumnado con mayores dificultades de adaptación al conjunto de la clase.

También se realizará una mayor observación y atención a éste alumnado, estableciendo actividades y supuestos adaptados a sus necesidades.

Se realizarán las siguientes medidas:

- Adecuación de los objetivos del módulo
- Selección significativa de los contenidos del módulo, aplicando distintas estrategias metodológicas a objetivos básicos y generales.
- Profesorado de apoyo: logopedas, profesores de lenguaje de signos, para hipoacúsicos,...etc.
- Modificación de actividades
- Adaptación de criterios de evaluación.

La integración de Alumnado con necesidades educativas especiales en los Ciclos Formativos, viene regulada en la Orden 18 de noviembre de 1996, de la Consejería de Educación y Ciencia de la Junta de Andalucía. En ella se recoge el acceso abierto para todos los alumnos a la Formación Profesional Específica.

Los alumnos con n.e.e., tendrán seis convocatorias (dos más que en la convencional, para la superación de los módulos profesionales).

Recomendaciones: Ratio de 25 alumnos por grupo y dos alumnos como máximo con necesidades educativas especiales por grupo. Tampoco escolarizar en un mismo grupo alumnos con características dispares.

El Real Decreto 696/1995 de Ordenación de la educación para alumnos con n.e.e., dice en su artículo 16:

- El MEC o en su caso la Comunidad Autónoma con competencia transferida en materia de educación, velará para que los centros de ESO y en su caso los centros de Formación Profesional reglada, cuando escolaricen en los niveles de enseñanza post-obligatoria a alumnos con necesidades educativas especiales, cuenten con los medios personales y materiales necesarios para que éstos alumnos puedan proseguir los estudios con las adaptaciones curriculares pertinentes.
- Criterios de evaluación y programaciones curriculares adaptadas a las necesidades de los alumnos.
- Los departamentos de orientación de los centros asesorarán a los Equipos técnicos de coordinación pedagógica y a los departamentos didácticos, con objeto de que estos alumnos puedan alcanzar los objetivos del ciclo formativo.

La motivación para aprender, condiciona en buena medida la capacidad para aprender del alumnado.

9. MATERIALES DIDACTICOS:

Se utilizarán apuntes de la profesora, fotocopias, recortes de prensa, mapas, guías, vídeos, pizarra y equipos y programas informáticos e internet.

La profesora utilizará también un libro de texto para el desarrollo del Módulo, cuyo título es *Estructura del Mercado Turístico*, autores Lourdes Olmos Juárez y Rafael García Cebrián. Editorial Paraninfo.

10. TEMAS TRANSVERSALES:

En todas las unidades didácticas se incluyen contenidos para la igualdad de oportunidades de hombres y mujeres, educación para la paz, a favor de la tolerancia entre pueblos y seres humanos y respeto al medio ambiente.

LEGISLACION específica tanto de nivel estatal como autonómica para: Analizar los diferentes tipos de Agencias de Viajes y Empresas turísticas de alojamiento que venden en el marco de la oferta turística en general.

INFORMÁTICA APLICADA, para: Analizar las diferentes fuentes de información con software específicos de las Agencias de Viajes.

ECONOMIA, para: -Analizar la planificación, organización, operación y control de los distintos servicios turísticos.

TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN, para: -Analizar las técnicas de comunicación, protocolo y habilidades sociales ante la atención a los clientes.

FORMACION DE LOS CONSUMIDORES, para: -Analizar la protección de consumidores y usuarios en España y en la Unión Europea.

11. ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS Y EXTRAESCOLARES:

- VISITA AL PARLAMENTO DE ANDALUCÍA
- VISITA AL HOTEL GRAN MELIÁ COLÓN SEVILLA
- VISITA AL HOTEL AL-ANDALUS
- VISITA AL PALACIO DE EXPOSICIONES Y CONGRESOS DE SEVILLA
- VISITA AL INSTITUTO DE PATRIMONIO HISTÓRICO ANDALUZ
- EXCURSIÓN AL CORREDOR VERDE DE AZNALCOLLAR
- CHARLAS DE PROFESIONALES DEL SECTOR TURÍSTICO
- VISITA A SEVILLA (CATEDRAL, ALCÁZAR, ETC) CON UN GUÍA OFICIAL DE SEVILLA
- VISITA A LA CIUDAD DE BARCELONA Y LA FERIA INTERNACIONAL DE TURISMO CONGRESUAL (EIBTM)

12. BIBLIOGRAFÍA:

Estructura del mercado turístico
Lourdes Olmos Juárez y Rafael García Cebrián
Ed. Paraninfo

El Mercado turístico, estructura, operaciones y procesos de producción
Carlos Vogeler Ruiz y Enrique Hernández Armand
Ed. Centro de Estudios Ramón Areces, S.A.

Estructura del mercado turístico
Jordi Montaner Montejano
Ed Síntesis

Turismo sostenible
Per Fullana y Silvia Ayuso
Ed. Rubes

El Turismo como ciencia social de la movilidad
C. Michael Hall
Ed. Síntesis

La aventura del turismo en España
J. Vila Fradera
Editur

Otras fuentes

- AAVV.: Estudios turísticos. Papers de Turisme.
- Instituto de Estudios Turísticos (<http://www.iet.tourspain.es>)
- Consejería de Turismo, Comercio y Deporte
(<http://www.juntadeandalucia.es/turismocomercioydeporte/>)