



**PROGRAMACIÓN DIDÁCTICA
MÓDULO ESTRUCTURAS DE MERCADO
CICLO FORMATIVO DE TÉCNICO SUPERIOR EN AGENCIAS DE
VIAJES Y GESTIÓN DE EVENTOS**

CURSO 2022-2023

DEPARTAMENTO DE HOSTELERÍA Y TURISMO

PROF. AGUSTINA CACHERO VINUESA



A. CONTEXTUALIZACIÓN	2
B. CARACTERÍSTICAS DEL CENTRO	2
C. REFERENCIAS NORMATIVAS	5
D. OBJETIVOS GENERALES DEL CICLO	5
E. PRESENTACIÓN DEL MÓDULO	6
F. COMPETENCIAS PROFESIONALES, PERSONALES Y SOCIALES	7
G. OBJETIVOS GENERALES	7
H. RECOMENDACIONES DE METODOLOGÍA DIDÁCTICA Y ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS	7
I. PROCEDIMIENTOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN Y CRITERIOS DE CALIFICACIÓN	8
J. MEDIDAS DE ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD	8
K. ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS Y EXTRAESCOLARES	8
L. ELEMENTOS Y DESARROLLOS CURRICULARES. MÓDULO EMPRESA E INICIATIVA EMPRENDEDORA	9
A. Resultados de aprendizaje del módulo	9
B. Bloques de contenidos	9
C. Secuenciación y temporalización	11
E. Materiales y recursos didácticos	12
F. Criterios de evaluación, ponderación y método de evaluación	13



A. CONTEXTUALIZACIÓN

La Ley 17/2007, de 10 de diciembre, de Educación de Andalucía, establece mediante el Capítulo V «Formación profesional» del Título II «Las enseñanzas», los aspectos propios de Andalucía relativos a la ordenación de las enseñanzas de formación profesional del sistema educativo.

Por otra parte, el Real Decreto 1538/2006, de 15 de diciembre, por el que se establece la ordenación general de la formación profesional del sistema educativo, fija la estructura de los nuevos títulos de formación profesional, que tendrán como base el Catálogo Nacional de las Cualificaciones Profesionales, las directrices fijadas por la Unión Europea y otros aspectos de interés social, dejando a la Administración educativa correspondiente el desarrollo de diversos aspectos contemplados en el mismo.

Como consecuencia de todo ello, el Decreto 436/2008, de 2 de septiembre, por el que se establece la ordenación y las enseñanzas de la Formación Profesional inicial que forma parte del sistema educativo, regula los aspectos generales de estas enseñanzas. Esta formación profesional está integrada por estudios conducentes a una amplia variedad de titulaciones, por lo que el citado Decreto determina en su artículo 13 que la Consejería competente en materia de educación regulará mediante Orden el currículo de cada una de ellas.

En el IES Majuelo se imparte un ciclo de Hostelería y Turismo:

- Técnico Superior en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos

B. CARACTERÍSTICAS DEL CENTRO

De acuerdo al Proyecto Educativo, en el centro se están desarrollando, entre otros, los siguientes planes y programas educativos:

- ♦ Bibliotecas escolares.
- ♦ Red Andaluza Escuela Espacio de Paz.
- ♦ Proyecto Lingüístico.
- ♦ Igualdad. Coeducación.
- ♦ Convivencia Escolar: Acoso Escolar.
- ♦ Plan de apertura de Centro: Actividades Extraescolares.
- ♦ Programa de Acompañamiento Escolar.
- ♦ Forma Joven.
- ♦ Erasmus +: Hoy día resulta indudable la conveniencia de promover en nuestro alumnado estancias en el extranjero e intercambios con centros educativos de otros países, con el fin de crear en ellos la necesidad de comunicarse en otro idioma y usarlo en un contexto lo más realista posible. Se propicia además la apertura a otras realidades, otros lugares, otras



gentes y otras culturas, ampliando un horizonte, a veces, en exceso localista.

Los intercambios escolares y estancias en el extranjero tienen como finalidad:

- Perfeccionar el conocimiento de otras lenguas, desarrollando sus aspectos prácticos.
- Adquirir hábitos y actitudes positivos en el aprendizaje de los idiomas en particular, y en la formación permanente en general.
- Desarrollar actitudes positivas de convivencia y cooperación.
- Conocer la realidad cultural del país en el que realizan la estancia.

♦ Carta Erasmus de Educación Superior (pendiente de renovación): Nos permite que el alumnado de FP de Grado superior pueda realizar la FCT en el extranjero.

Las instalaciones y los recursos con los que cuenta el centro son los adecuados, pues se trata de un centro TIC, lo que implica la tenencia de equipos informáticos en cada aula y la posibilidad de uso de Internet. La enseñanza puede ser impartida con normalidad.

CARACTERÍSTICAS DEL ALUMNADO

El alumnado del centro cuenta con una serie de características generales comunes:

- Un nivel socio-económico-cultural medio.
- Un grado de motivación hacia los estudios medio.
- Un nivel de actitud y comportamiento adecuados.
- Un nivel de absentismo que en la gran mayoría del alumnado no es significativo.

El alumnado salvo casos concretos no suele presentar problemas de convivencia importantes.

Tal como establece el artículo 11 de la Orden de 29 de septiembre de 2010, por la que se regula la evaluación, certificación, acreditación y titulación académica del alumnado que cursa enseñanzas de formación profesional inicial que forma parte del sistema educativo en la Comunidad Autónoma de Andalucía, se ha realizado un procedimiento de evaluación inicial que ha permitido conocer en profundidad las características de partida del alumnado.

Este proceso de evaluación inicial, constituye la base sobre la cuál ha sido diseñada la presente programación y ha permitido conocer las condiciones previas del alumnado tanto a nivel de conocimientos adquiridos en referencia a los contenidos propios del módulo, como a nivel de capacidades, actitud, motivación e intereses personales.

La presente programación se diseña para un grupo de tarde, constituido por 23 alumnos y alumnas.

A fin de detectar su situación de partida en cuanto al nivel de conocimientos previos necesarios para la correcta adquisición de las competencias profesionales, personales y sociales a las que este módulo se asocia el alumnado ha realizado un cuestionario individual, cuyo resultado se ha tenido en cuenta a la hora de diseñar las actividades y presentar los contenidos mínimos que de acuerdo con la normativa se deben trabajar.

En general, la actitud presentada por el grupo es buena, al ser conscientes de la posibilidad



de inserción laboral. Es un grupo además cohesionado y con disposición al trabajo. El nivel de partida es bueno.

CARACTERÍSTICAS DEL ENTORNO

Gines es un municipio español que se encuentra en la comarca del Aljarafe, en la provincia de Sevilla, Andalucía. Su población ronda los 13.500 habitantes y se encuentra entre los 100 municipios, de más de 5 000 habitantes, con mayor renta declarada de España, según un estudio realizado por la Fundación de Estudios de Economía Aplicada.

Según el Instituto Estadístico de Andalucía, a fecha de 2018 en Gines existían 900 establecimientos con actividad económica, dedicados principalmente por número de establecimientos al comercio, a las actividades profesionales y técnicas y a la hostelería. La Asociación Ginense de Empresarios y Comerciantes es la entidad encargada de velar por sus intereses. Dentro del término municipal se encuentra el Polígono Industrial Servialsa y el Parque Comercial Gines Plaza.

Las empresas de la zona son fundamentalmente PYMES, de prestación de servicios y comerciales, fundamentalmente son empresarios autónomos, cooperativas, sociedades limitadas y en menor medida sociedades anónimas.

Existen buenas y fluidas relaciones entre las empresas de la zona y el centro educativo, motivadas fundamentalmente por la realización de la FCT del alumnado del centro, en gran parte de estas empresas, existiendo un buen nivel de contratación posterior. Se dispone de una amplia base de datos de empresas con las que realizar la FCT, no solo en Gines sino en las localidades limítrofes y Sevilla capital.

En general se tiene buena relación con las distintas instituciones públicas, colaborando con las que tienen representación en la zona.

ORGANIZACIÓN DEL DEPARTAMENTO

El presente curso, dpto de Hostelería y Turismo está constituido por los siguientes miembros:

- Javier Pena
- Fermina Luna
- Agustina Cachero

C. REFERENCIAS NORMATIVAS

- *Ley Orgánica 3/2020, de 29 de diciembre, por la que se modifica la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación.*
- *Ley Orgánica de Educación, 2/2006 de 3 de mayo de 2006.*



- *Ley de Educación de Andalucía, 17/2007 de 10 de diciembre de 2007.*
- *Real Decreto 1147/2011, de 29 de julio, por el que se establece la ordenación general de la formación profesional del sistema educativo.*
- *DECRETO 436/2008, de 2 de septiembre, por el que se establece la ordenación y las enseñanzas de la Formación Profesional inicial que forma parte del sistema educativo.*
- *DECRETO 327/2010, de 13 de julio, por el que se aprueba el Reglamento Orgánico de los Institutos de Educación Secundaria.*
- *ORDEN de 13 de octubre de 2010, por la que se desarrolla el currículo correspondiente al Técnico Superior en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos.*
- *ORDEN de 29 de septiembre de 2010, por la que se regula la evaluación, certificación, acreditación y titulación académica del alumnado que cursa enseñanzas de formación profesional inicial que forma parte del sistema educativo en la Comunidad Autónoma de Andalucía.*
- *ORDEN de 28 de septiembre de 2011, por la que se regulan los módulos profesionales de formación en centros de trabajo y de proyecto para el alumnado matriculado en centros docentes de la Comunidad Autónoma de Andalucía.*
- *REAL DECRETO 1254/2009, de 24 de julio, por el que se establece el título de Técnico Superior en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos y se fijan sus enseñanzas mínimas.*
- *Orden EDU/393/2010, de 20 de enero, por la que se establece el currículo del ciclo formativo de Grado Superior correspondiente al título de Técnico Superior en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos.*

D. OBJETIVOS GENERALES DEL CICLO

Los objetivos generales de este ciclo formativo son los siguientes:

- a) 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.
- b) 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.
- c) 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.
- d) Valorar variables económicas y de calidad, aplicando diferentes métodos para seleccionar los proveedores.
- e) Analizar las herramientas y estrategias del marketing reconociendo sus fases y aplicaciones para proponer programas de promoción, comunicación y distribución.
- f) 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.



- g) 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.
- h) 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.
- i) Analizar recursos humanos y materiales, caracterizando puestos, funciones del personal y equipamiento para establecer estructuras organizativas y administrar departamentos de agencias de viajes.
- j) 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.
- k) Caracterizar aplicaciones informáticas y de gestión, así como las TIC, reconociendo su utilidad para incrementar la eficacia de los servicios prestados.
- l) Caracterizar los procedimientos de los servicios y las actuaciones post-venta, seleccionando las técnicas más adecuadas para aplicar protocolos de calidad.
- m) Analizar las actitudes positivas, valorando la participación, respeto, tolerancia e igualdad de oportunidades entre las personas para motivar al personal a su cargo.
- n) Reconocer e identificar posibilidades de negocio, analizando el mercado y estudiando la viabilidad de los proyectos para mantener el espíritu empresarial.

E. PRESENTACIÓN DEL MÓDULO

Estructura de Mercado Turístico es uno de los módulos profesionales comunes de los Ciclos Formativos de grado superior de la Familia profesional de Hostelería y Turismo. Este módulo profesional contiene la formación necesaria para situar al alumno en el contexto del mercado del turismo, dotándolo de conocimientos básicos de cómo está estructurado dicho mercado a nivel local, nacional e internacional, haciendo comprender la importancia de este sector para el desarrollo económico de un área determinada.

Este módulo incluye aspectos como:

- Una introducción básica al mundo del turismo.
- Las tipologías turísticas y su distribución espacial.
- Principales características de la oferta.
- Elementos básicos de la demanda.

A este módulo profesional le corresponden 96 horas, distribuidas a razón de 3 horas semanales que dividiremos en 9 unidades.

F. ELEMENTOS TRANSVERSALES

En el módulo se trabajarán los siguientes contenidos de carácter transversal:

- Uso de las tecnologías de la información y la comunicación. Dada la importancia que tienen hoy en día se fomentará en el alumnado el uso de las mismas de una manera



responsable para crear, recoger, almacenar, organizar, procesar, presentar y comunicar información. Además en este curso, debido al sistema de enseñanza semipresencial, se potenciarán más aún este tipo de recursos.

- Educación para la igualdad sin discriminación por sexo, orientación política, condición social, etc., tomando una actitud abierta a nuevas formas organizativas basadas en el respeto, la cooperación y el bien común, prescindiendo de los estereotipos vigentes en la sociedad, estableciendo condiciones de igualdad en el trabajo desarrollado en el aula.
- Trabajo en equipo: en el mundo laboral las relaciones con otras personas son fundamentales, por ello en clase se fomentará las habilidades para el trabajo en equipo escuchando y respetando las opiniones de los demás.

G. CONTRIBUCIÓN A LA ADQUISICIÓN DE LAS COMPETENCIAS Y LOS OBJETIVOS GENERALES DEL CICLO

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

- a) Estudiar el potencial de las diferentes áreas territoriales y del mercado turístico de la zona y detectar las ayudas institucionales existentes, analizando la información necesaria a fin de promocionarlos como destino.
- b) Diseñar y modificar los productos turísticos de base territorial para satisfacer las expectativas de la demanda turística y rentabilizar los recursos y la oferta de servicios del entorno

H. RECOMENDACIONES DE METODOLOGÍA DIDÁCTICA Y ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS

Las líneas de actuación en el proceso de enseñanza y aprendizaje permiten alcanzar los objetivos del módulo versarán sobre:

- La aplicación de la nueva tecnología y aplicaciones informáticas para detectar y analizar los distintos recursos.
- El conocimiento de la legislación aplicable.
- La investigación sobre las nuevas formas de ofertar y acercar el legado cultural y patrimonial al visitante realizando trabajos de campo.
- Visitas guiadas a puntos de interés turístico por su patrimonio cultural o natural.

I. PROCEDIMIENTOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN Y CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

1.-El alumno que tenga módulos no superados mediante evaluación parcial (primera, segunda o tercera evaluación), podrá realizar actividades de recuperación una vez celebrada la sesión de evaluación correspondiente a cada trimestre. Sin embargo y sólo para los grupos de 2º, la recuperación de la segunda evaluación será al final del



segundo trimestre, antes de la evaluación previa a la realización de los módulos de FCT y PI.

2.-Durante el mes de junio, el alumnado de primer curso que tenga módulos profesionales no superados mediante evaluación parcial, tendrá obligación de asistir a clases y realizar las actividades propuestas por el profesor para la superación del módulo. Estas actividades se califican de 1 a 10, siendo aprobado 5.

3.-El alumno con evaluación positiva que desee mejorar los resultados obtenidos podrá hacerlo en el mes de junio. Las actividades realizadas con tal fin tendrán una nueva calificación, mejorando la calificación obtenida o disminuyéndola, no siendo nunca inferior a 5.

4.-Las fechas para entrega de trabajos, tareas, exposiciones, exámenes, etc son inamovibles. La falta de presentación de cualquier trabajo o actividad remite al alumno al proceso de recuperación. Excepcionalmente se podrá fijar otra fecha solamente por enfermedad grave del alumno (ingreso hospitalario o similar con su correspondiente justificación).

J. MEDIDAS DE ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD

El reto de la educación consiste en ser capaz de ofrecer a cada alumno/a la ayuda pedagógica que necesite, ajustando la intervención educativa a la individualidad del alumnado, es decir, adaptar la enseñanza a las diferentes capacidades, intereses y motivaciones del alumno.

K. ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS Y EXTRAESCOLARES

El departamento de Hostelería y Turismo ha propuesto diversas actividades para desarrollar a lo largo del curso. Para este módulo, serán fundamentales las visitas a diversas empresas y ferias relacionadas con el sector, asistir a charlas de carácter turístico o empresarial, así como recibir visitas de profesionales del sector al Centro Educativo.

Para el presente curso planteamos una variedad de actividades complementarias basadas fundamentalmente en el conocimiento de los recursos turísticos de Sevilla y su entorno (Carmona, Estepa. Doñana, etc.), así como el entorno empresarial del sector hotelero. Algunas de las actividades que se plantean son las siguientes:

- Visitas a terminales de transporte (aeropuerto, estación de Santa Justa).
- Visitas a Espacios Naturales Protegidos de Andalucía (Doñana, Sierra Norte de Sevilla, etc.)
- Viaje a la Feria Internacional de Turismo en Madrid (FITUR), al Salón Internacional del Turismo
- de Cataluña "B-Travel" o a otras ferias turísticas de interés
- Visita a empresas del sector hotelero de Sevilla, provincia o el resto de la Comunidad Autónoma, que se determinarán en función de la disponibilidad de las empresas. Como ejemplos de empresas hoteleras tendríamos las siguientes:



- Hotel Alfonso XII
- Hotel Inglaterra
- Hotel Colón
- Hotel Aire
- Hotel Sevilla Center
- Hotel Occidental Sevilla Viapol
- Hotel NH Collection Sevilla

1. ELEMENTOS Y DESARROLLOS CURRICULARES. MÓDULO RECURSOS TURÍSTICOS

A. Resultados de aprendizaje del módulo

RA 1 Contextualiza el sector turístico, su evolución histórica y situación actual, analizando sus implicaciones como actividad económica.

RA 2 Identifica las diferentes tipologías turísticas relacionándolas con la demanda y su previsible evolución.

RA3 Analiza la oferta turística, caracterizando sus principales componentes, así como los canales de intermediación y distribución.

RA 4 Caracteriza la demanda turística relacionando los diferentes factores y elementos que la motivan, así como sus tendencias actuales.

B. Bloques de contenidos

U.D.1 CONTEXTUALIZACIÓN DEL SECTOR TURÍSTICO

- 1.- Conceptos básicos del turismo.
- 2.- Evolución del turismo.
- 3.- Efectos del turismo.
- 4.- El mercado turístico.
- 5.- Valoración del profesional turístico.
- 6.- Utilización de las nuevas tecnologías en el sector turístico.
- 7.- Principales eventos nacionales e internacionales en materia de turismo.

U.D 2 ENTIDADES PÚBLICAS Y PRIVADAS RELACIONADAS CON EL SECTOR TURÍSTICO.

- 1.- Entidades públicas y privadas de ámbito internacional.
- 2.- Entidades públicas y privadas de ámbito nacional.
- 3.- Entidades públicas y privadas de ámbito autonómico.

U.D 3 IDENTIFICACIÓN DE LAS TIPOLOGÍAS TURÍSTICAS Y SUS TENDENCIAS

- 1.- Principales tipologías turísticas.
- 2.- Tipologías turísticas, características y localización geográfica.



3.- Otras tipologías turísticas.

U.D.4 OFERTA BÁSICA I: LAS EMPRESAS DE ALOJAMIENTO TURÍSTICO

- 1.- Las empresas de alojamiento turístico.
- 2.- Establecimientos hoteleros.
- 3.- Apartamentos turísticos.
- 4.- Alojamientos rurales.
- 5.- Campamentos de turismo.
- 6.- Albergues turísticos.
- 7.- Otros alojamientos turísticos.

U.D. 5 OFERTA BÁSICA II: LAS EMPRESAS DE INTERMEDIACIÓN Y DE TRANSPORTE TURÍSTICO.

- 1.- Las empresas de intermediación turísticas.
- 2.- Los medios de transporte turísticos.

U.D. 6 LA OFERTA COMPLEMENTARIA

1. Las empresas de restauración.
- 2.- Las empresas y entidades que prestan el servicio de información turística.
- 3.- Las empresas y entidades de organización de eventos.
- 4.- Las empresas organizadoras de actividades de ocio y tiempo libre
- 5.- Otras empresas.

U.D. 7 EL NÚCLEO TURÍSTICO

- 1.- El núcleo turístico receptor y emisor.
- 2.- Los recursos turísticos.
- 3.- Infraestructura turística.
- 4.- Empresas turísticas.

U.D. 8 CARACTERIZACIÓN DE LA DEMANDA TURÍSTICA

- 1.- La demanda turística: generalidades.
- 2.- Tipos de demanda turística.
- 3.- Motivaciones de la demanda turística.
- 4.- Elasticidad de la demanda y elementos que influyen en ella.
- 5.- Los clientes. Tipología, características y comportamientos de compra.
- 6.- La estacionalidad de la demanda.

U.D. 9 ANÁLISIS DE LA DEMANDA TURÍSTICA

- 1.- Análisis de la demanda turística internacional.
- 2.- Análisis de la demanda turística en España.
- 3.- Otros análisis de la demanda turística: nivel regional y provincial.
- 4.- Tendencias actuales de la demanda turística.



C. Secuenciación y temporalización

1º Trimestre

RA 1 Contextualiza el sector turístico, su evolución histórica y situación actual, analizando sus implicaciones como actividad económica.

1. Contextualización del sector turístico. 10 Sesiones
2. Entidades públicas y privadas relacionadas con el sector turístico. 10 Sesiones

RA 2 Identifica las diferentes tipologías turísticas relacionándolas con la demanda y su previsible evolución

3. Identificación de las tipologías turísticas y tendencias. 12 Sesiones

2º Trimestre

RA3 Analiza la oferta turística, caracterizando sus principales componentes, así como los canales de intermediación y distribución.

4. Oferta básica. 10 Sesiones
5. Oferta básica. 10 Sesiones
6. La oferta complementaria. 10 Sesiones
7. Núcleo turístico. 10 Sesiones

3º Trimestre

RA 4 Caracteriza la demanda turística relacionando los diferentes factores y elementos que la motivan, así como sus tendencias actuales.

8. Caracterización de la demanda turística. 12 Sesiones
9. Análisis de la demanda turística. 12 Sesiones

D. Metodología

Proceso de Enseñanza/ aprendizaje basado en el “aprendizaje por tareas”

Breves clase expositivas del profesor y aplicaciones de los contenidos explicados, incluyendo trabajos de investigación, de análisis y de campo, así como exposiciones orales y resoluciones de casos, informes y pruebas escritas, tanto de forma común como individual, en el aula.



Se realizarán visitas a posibles eventos que se celebren relacionados con el sector turístico, pues constituyen un instrumento de gestión y dinamización de la actividad turística en los destinos. También visitas a diferentes tipologías de recursos turísticos del entorno. Estas visitas conllevan un trabajo de preparación previo en el aula, así como la entrega posterior de un informe sobre la misma. Este aspecto se aborda con más detalle en el apartado correspondiente a las actividades complementarias y extraescolares.

Se plantea una metodología participativa y activa por parte del alumnado, se trata de que aprenda haciendo por el mismo (a través de las tareas antes mencionadas), que vaya adquiriendo o consolidando las distintas competencias del módulo, alcanzando satisfactoriamente los RA.

E. Materiales y recursos didácticos

- Manual “Estructura de Mercado Turístico”, Edit. Paraninfo
- Material complementario aportado por la profesora
- Textos de periódicos, libros y revistas del sector.
- Proyección de vídeos.
- Ordenadores de sobremesa y portátiles
- Google classroom

F. Criterios de evaluación, ponderación y método de evaluación

Según la normativa en vigor, para la evaluación de los módulos profesionales se tomarán como referencia “los objetivos y los criterios de evaluación de cada uno de los módulos profesionales y los objetivos generales del ciclo formativo.”

Los objetivos a los que se refería la normativa anterior han sido denominados por los reales decretos y órdenes que regulan los ciclos como resultados de aprendizaje y se han desarrollado asociados a los criterios de evaluación que constituyen el nivel exigible de consecución de esos objetivos. Estos son los siguientes:

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

CRITERIOS DE EVALUACIÓN



1. Contextualiza el sector turístico, su evolución histórica y situación actual, analizando sus implicaciones como actividad socioeconómica.	<ul style="list-style-type: none"> a) Se han definido los elementos básicos que caracterizan el sector turístico. b) Se ha analizado la evolución del turismo. c) Se han identificado y caracterizado las diferentes instituciones públicas o privadas relacionadas con el sector turístico. d) Se ha valorado la importancia de la actividad turística respecto al desarrollo económico y social del núcleo turístico. e) Se identifican los encuentros nacionales e internacionales en materia de turismo y su importancia para el sector. f) Se ha reconocido el uso de las nuevas tecnologías en el sector turístico y su impacto como elemento dinamizador en este.
2. Identifica las diferentes tipologías turísticas relacionándolas con la demanda y su previsible evolución.	<ul style="list-style-type: none"> a) Se han definido las diferentes tipologías turísticas relacionándolas con las características básicas de las mismas. b) Se han localizado las distintas tipologías turísticas por su distribución geográfica. c) Se han relacionado los diferentes factores que influyen en la localización espacial según el tipo de turismo de la zona. d) Se han descrito las ventajas e inconvenientes del desarrollo turístico de una zona. e) Se han analizado las tendencias de las tipologías turísticas nacionales. f) Se han analizado las tendencias de las tipologías turísticas internacionales. g) Se han valorado los factores que influyen en la demanda y la incidencia que podemos hacer sobre ellos y su distribución.
3. Analiza la oferta turística caracterizando sus principales componentes, así como los canales de intermediación y distribución.	<ul style="list-style-type: none"> a) Se ha definido la oferta turística junto con los elementos y estructura básica de la misma. b) Se han caracterizado los canales de intermediación turística, así como los nuevos sistemas de distribución. c) Se han diferenciado las empresas de alojamientos turísticos según su tipología y características básicas. d) Se han identificado los diferentes medios de transporte de carácter turístico y los servicios ligados a ellos. e) Se ha caracterizado la oferta complementaria. f) Se han descrito las peculiaridades del núcleo turístico. g) Se ha valorado la importancia del turismo en la economía del núcleo turístico.
4. Caracteriza la demanda turística relacionando los diferentes factores y elementos que la motivan, así como sus tendencias actuales.	<ul style="list-style-type: none"> a) Se ha conceptualizado y determinado los factores de la demanda turística. b) Se han clasificado a los clientes por su tipología y nacionalidad. c) Se han descrito los diferentes elementos externos que influyen en la elasticidad de la demanda. d) Se han caracterizado las principales motivaciones de la demanda turística. e) Se ha caracterizado la estacionalización de la demanda y técnicas de desestacionalización. f) Se ha analizado la metodología de compra según el tipo de clientela. g) Se han investigado las tendencias actuales de la demanda, así como los mercados emergentes. h) Se ha valorado la importancia de conocer a la clientela como elemento dinamizador de la demanda turística.

Para llevar a cabo la evaluación de este módulo profesional, se partirá de la utilización adecuada y variada de los criterios de evaluación establecidos en el currículo oficial, de la siguiente manera:

- Durante el desarrollo de cada tema o bloques de temas, se utilizarán instrumentos de



evaluación que sirvan al alumno para asimilar los conceptos del tema y para realizar una autoevaluación y evaluación del mismo, tales como: esquemas, mapas de contenidos, controles, trabajos individuales y en pequeños grupos.

- La evaluación se llevará a cabo a través de los resultados de aprendizaje (RA) que hay que alcanzar en el módulo. Para cada RA y teniendo en cuenta los criterios de evaluación se desarrollarán diferentes tareas (incluyendo las pruebas objetivas), la calificación de cada RA se obtiene como resultado de la suma de los porcentajes que supone cada criterio de evaluación. Es posible que algunas tareas tengan una ponderación diferente, según la dificultad, el grado de elaboración y el grado de complejidad de las mismas. Las tareas pueden ser individuales, grupales, de clase o para casa, además pueden ser escritas y/o presentadas oralmente.
- La nota final del módulo será la media ponderada de cada una de las calificaciones obtenidas en cada resultado de aprendizaje, teniendo que ser esta calificación en cada uno de los mismos igual o superior a 5 puntos.

Por otro lado, el valor de cada RA en la calificación por evaluaciones y en la calificación final del módulo se recoge en la siguiente tabla:

RA	% evaluación parcial	% nota final del módulo	Evaluación
1(1º)	35 %	5 %	1º Evaluación
1(2º)	35 %	10 %	
2	30%	15%	
3 (1º)	25%	10%	2º Evaluación
3 (2º)	25%	5%	
3 (3º)	25%	10%	
3 (4º)	25%	10%	
4	50 %	15 %	3º Evaluación
4	50 %	20 %	

En cuanto a los criterios de evaluación en la calificación global del módulo será desigual, en función a los porcentajes aplicados por el profesor. La evaluación positiva del módulo se alcanza superando los 5 RA.