



PROGRAMACIÓN DIDÁCTICA DE HOSTELERÍA Y TURISMO

MÓDULO PROFESIONAL: MARKETING TURÍSTICO

PROFESORA: FERMINA LUNA GONZÁLEZ

C.F.G.S. AGENCIAS DE VIAJES Y GESTIÓN DE EVENTOS

CURSO: 2022/2023

ÍNDICE

<u>0.Introducción</u>	2
<u>1.Objetivos</u>	7
<u>2.Competencias</u>	8
<u>3.Contenidos</u>	8
<u>4.Distribución temporal</u>	10
<u>5.Metodología</u>	10
<u>6.Materiales y recursos didácticos</u>	14
<u>7.Criterios y procedimientos de evaluación</u>	15
<u>8.Mínimos exigibles</u>	20
<u>9.Criterios de calificación</u>	20
<u>10.Medidas de atención a la diversidad. Programa de Refuerzo del aprendizaje</u>	32
10.1. Programa de atención a los alumnos con materias pendientes.	33
10.2. Programa de atención a los alumnos repetidores.	34
10.3. Refuerzo de materias troncales.	34
<u>11.Contenidos de carácter transversal</u>	34
<u>12.Actividades complementarias y extraescolares</u>	35
<u>13.Estímulo de la lectura y mejora de la expresión oral y escrita. Actividades para el análisis, la reflexión y la crítica</u>	35
<u>14.Seguimiento de la programación didáctica y de las medidas de atención a la diversidad</u>	35
14.1. Adaptación de la programación a los resultados de la evaluación inicial	

0. INTRODUCCIÓN

La formación profesional en el sistema educativo, tiene por finalidad preparar al alumnado para la actividad en un campo profesional y facilitar su adaptación a las modificaciones laborales que pueden producirse a lo largo de su vida, contribuir a su desarrollo personal y al ejercicio de una ciudadanía democrática, y permitir su progresión en el sistema educativo y en el sistema de formación profesional para el empleo, así como el aprendizaje a lo largo de la vida.

La Formación Profesional en el sistema educativo comprende los ciclos de Formación Profesional Básica, de Grado Medio y de Grado Superior, con una organización modular, de duración variable, que integre los contenidos teórico-prácticos adecuados a los diversos campos profesionales.

A continuación, pasamos a identificar el ciclo y el módulo profesional objeto de la programación:

Identificación	Familia profesional	Hostelería y Turismo
	Título	Técnico Superior en Agencias de Viajes y Organización de Eventos
	Referente en la Clasificación Internacional Normalizada de Educación	
	Nivel del Marco Español de Cualificaciones para la educación superior.	Nivel 1. Técnico Superior
	Módulo profesional	Marketing Turístico
	Código	0173
	Equivalencia créditos ECTS	10
Distribución Horaria	Curso	Primero
	Horas	192
	Horas Semanales	6
Tipología de Módulo	Asociado	

La presente programación didáctica es sobre el módulo profesional:

MARKETING TURÍSTICO

Marco Normativo para la Formación Profesional en España y Andalucía

LEYES ORGÁNICAS

- Constitución española
- LOMCE. Ley orgánica 8/2013, de 9 de diciembre, para la mejora de la calidad educativa.
- LOE. Ley orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de educación.
- Ley orgánica 5/2002, de 19 de junio, de las cualificaciones y de la formación profesional.
- Ley 17/2007, de 10 de diciembre, de educación de Andalucía.

DE LA ORDENACIÓN DE LA FORMACIÓN PROFESIONAL INICIAL

- Real decreto 1147/2011, de julio, por el que se establece la ordenación general de la formación profesional del sistema educativo.
- Decreto 436/2008, de 2 de septiembre, para el que se establece la ordenación y las enseñanzas de la formación profesional inicial que forman parte del sistema educativo.
- ANTEPROYECTO DE LEY DE FORMACIÓN PROFESIONAL DE ANDALUCÍA 327-14-ECD

DE CENTROS

- Decreto 327/2010, de 13 de julio, por el que se aprueba el reglamento orgánico de los institutos de educación secundaria.
- ORDEN de 20 de agosto de 2010, por la que se regula la organización y el funcionamiento de los institutos de educación secundaria, así como el horario de los centros, del alumnado y del profesorado. (BOJA 30-08-2010).

NORMATIVAS ESPECÍFICAS QUE REGULA EL CICLO

- Real decreto 1254/2009, de 24 de julio, por el que se establece el título de técnico superior en agencias de viaje y gestión de eventos y se fijan sus enseñanzas mínimas.
- Orden de 13 de octubre de 2010, por el que se desarrolla el currículo correspondiente al técnico superior en agencias de viajes y gestión de eventos.
- 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 127/2014, de 28 de febrero, por el que se regulan aspectos específicos de la Formación Profesional Básica de las enseñanzas de formación profesional del sistema educativo, se aprueban catorce títulos profesionales básicos, se fijan sus currículos básicos.
- Decreto 135/2016, de 26 de julio, por el que se regulan las enseñanzas de Formación Profesional Básica en Andalucía.
- Orden de 8 de noviembre de 2016, por la que se regulan las enseñanzas de Formación Profesional Básica en Andalucía, los criterios y el procedimiento de

admisión a las mismas y se desarrollan los currículos de veintiséis títulos profesionales básicos.

DE LA EVALUACIÓN

- 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 8 de noviembre de 2016, por la que se regulan las enseñanzas de Formación Profesional Básica en Andalucía, los criterios y el procedimiento de admisión a las mismas y se desarrollan los currículos de veintiséis títulos profesionales básicos.

CONTEXTUALIZACIÓN DE LA PROGRAMACIÓN

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 personas 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 adecuado.
- 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 en horario de tarde, constituido por unos 18 alumnos y alumnas de 1º AVOE.

En aras de conocer su situación de partida en cuanto a aspiraciones, motivación, intereses y capacidades personales, se les ha solicitado cumplimentar un cuestionario personal. Los datos obtenidos, han permitido adaptar las actividades y contenidos programados a sus intereses y capacidades, buscando potenciar al máximo su proceso de aprendizaje.

En general, su motivación hacia el módulo y hacia las perspectivas de inserción laboral es alta y muestran por ello una actitud con motivación alta. El nivel de partida del alumnado es medio/alto.

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 .

Gines 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 2016 en Gines existían 858 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. Está pendiente el desarrollo del Parque Empresarial Pétalo, que se construirá conjuntamente con los municipios limítrofes de Bormujos y Espartinas.

Históricamente, la producción de aceituna tuvo gran importancia, creándose, especialmente a partir del siglo XVIII, varias haciendas para la producción de aceite y a partir del siglo XX industrias relacionadas, principalmente dedicadas a la fabricación de toneles, al envasado y a la distribución. La última gran industria del sector que tuvo sede en la localidad fue la fábrica de La Española, conocida por sus aceitunas y encurtidos, que desde 1956 hasta 2004 se encontró en la localidad. La fábrica se trasladó a la localidad de Aznalcázar al haberse quedado sin capacidad de expansión, ya que se encontraba rodeada de viviendas por el crecimiento poblacional.

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.

También, en los últimos años se han asentado en la zona varios hospitales privados y concertados que colaboran activamente en la realización del Módulo de FCT, siendo para ellos una vía directa de contratación de personal administrativo para sus oficinas

Existen buenas y fluidas relaciones entre las empresas de la zona y el centro educativo, motivadas fundamentalmente por la realización de la F.C.T. de los alumno/as/ del centro, en gran parte de estas empresas, existiendo un buen nivel de contratación posterior.

Un buen número de estas empresas mantienen relaciones comerciales con el exterior, sobre todo con países de la U.E.

Se dispone de una amplia base de datos de empresas con las que realizar la FCT.

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

1. OBJETIVOS

La formación del módulo contribuye a alcanzar los objetivos generales de este ciclo formativo que se relacionan a continuación:

- 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.
- 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.
- n) Reconocer e identificar posibilidades de negocio analizando el mercado y estudiando la viabilidad de los proyectos para mantener el espíritu empresarial.

2. COMPETENCIAS

La competencia general de este título consiste en programar y realizar viajes combinados y todo tipo de eventos, vender servicios turísticos en agencias de viajes y a través de otras unidades de distribución, proponiendo acciones para el desarrollo de sus programas de marketing y asegurando la satisfacción de los clientes.

La formación del módulo contribuye a alcanzar las competencias profesionales, personales y sociales de este 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 oportunidades de negocio.
- b) Programar y ofertar viajes combinados y otros servicios turísticos complejos que se adecúen en calidad, tiempo y precios a las demandas del cliente.

c) Programar y ofertar servicios para congresos, convenciones, ferias y otros eventos, que se adecúen a las expectativas y necesidades de los clientes.

e) Proponer programas de promoción y comunicación así como canales de distribución, para dar a conocer la oferta de la empresa al mercado, controlando la efectividad de los mismos.

f) Asesorar y proponer al cliente diferentes alternativas de servicios turísticos y análogos, interpretando sus solicitudes y calibrando sus necesidades, para cubrir sus expectativas.

j) Poner en funcionamiento un servicio post-venta aparejado a la oferta y atender el cliente para dar respuesta a sus solicitudes y/o reclamaciones asegurando su satisfacción y la calidad de los servicios.

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

- Descripción, variedades, características de los distintos vocablos del marketing y diferenciación de conceptos.
- La descripción acopio de documentación necesaria, aplicación de fases, entre otras para elaborar un folleto.
- Las fases necesarias y las pautas a seguir para elaborar un plan de marketing y para presentarlo.
- La aplicación de las nuevas fórmulas de marketing adaptadas a las tendencias más actuales.

3. CONTENIDOS

Los contenidos básicos del módulo vienen determinados por la normativa que regula el ciclo en sus apartados básicos.

Caracterización del marketing turístico

- Marketing. Concepto. Elementos.
- Evolución de la función del marketing: orientación hacia el consumidor. El futuro del marketing.
- Marketing de servicios versus marketing de productos.
- Marketing turístico. Relación con el sector de la hostelería y el turismo.
- La dirección del marketing turístico.

Interpretación de la segmentación de mercados turísticos

- La segmentación en el sector turístico. Concepto. Requisitos generales y estratégicos de los segmentos.
- Variables de segmentación más utilizadas en turismo.
- La planificación estratégica en el marketing turístico.
- Aplicación de la segmentación al diseño de la estrategia comercial de las empresas turísticas
- Tipos de estrategias de cobertura del mercado.
- Posicionamiento en el mercado: Conceptos. Estrategias. Métodos. Mapas perceptuales.
- Instrumentos comerciales y compatibilidad de los segmentos.

Identificación del marketing mix y sus elementos

- Marketing mix. Concepto. Elementos. Aplicación y estrategias.
- El producto-servicio. Niveles y elementos. - La «servucción».
- El ciclo de vida del producto y de los destinos turísticos.
- Desarrollo y lanzamiento de nuevos productos turísticos.
- La Marca en los productos y servicios turísticos. - El precio turístico. Concepto. Importancia.
- Factores externos e internos determinantes de los precios. - Métodos y estrategias para la fijación de precios turísticos.
- El yield management. Concepto. Cálculo.
- La distribución turística. Canales.
- La comunicación turística. Concepto y funciones. - La promoción turística en el mix promocional: la publicidad, las RR.PP., las promociones de ventas/merchandising, las ferias turísticas, Work shops, Fam-trips y otros.

Análisis de las nuevas tecnologías aplicadas al marketing turístico

- Marketing directo en turismo y nuevas tecnologías. Desarrollo y expansión. Factores que le influyen. Materiales de soporte y de desarrollo de políticas de marketing directo.
- Marketing en Internet. Evolución, elementos y principios.
- Bases de datos. Objetivos, funciones, elaboración y mantenimiento.
- Legislación sobre la protección de datos

Caracterización del plan de marketing

- La planificación comercial estratégica en las empresas turísticas.
- Plan de marketing. Elementos y Finalidad.
- Análisis de la situación.
- Análisis del mercado.
- Análisis del entorno.
- Análisis de la competencia del sector.
- Análisis DAFO.
- Objetivos y cuotas de ventas.

- Planes de acción. Estrategias y tácticas.
- Segmentación y público objetivo.
- Recursos necesarios para respaldar las estrategias y alcanzar los objetivos.
- Seguimiento y control del plan de marketing.
- Auditoría ambiental del plan.
- Presentación y promoción del plan

Interpretación del proceso de decisión del consumidor

- La investigación comercial en el marketing turístico. El proceso de investigación comercial (delimitación, planificación, implantación, resultados).
- Estudio del comportamiento del consumidor. Finalidad.
- Necesidades y motivaciones del consumidor.
- Los nuevos consumidores en el sector turístico.
- Tendencias de consumo.
- El proceso de decisión de compra. Fases. Postcompra y fidelización.
- La calidad en el sector turístico. La satisfacción del cliente.
- Herramientas de control de la calidad y la satisfacción del cliente. Implementación en empresas del sector turístico

Caracterización de los criterios de consumerismo

- Concepto de Economía y actividad económica.
- Características de la economía de mercado.
- El consumerismo. Concepto, características y evolución.
- La reacción de la empresa y su respuesta.
- Normativa que regula al consumidor y sus derechos en la U.E. y en España: legislación genérica y específica.
- Derechos y deberes de los consumidores.

4. DISTRIBUCIÓN TEMPORAL

OG	CPPS	RA	UT	HORAS	EVALUACIÓN	% NOTA FINAL
b,c,q	b,c, p	RA1	1. Contextualización del sector turístico	25	1ª	12,5
b,c,q	b,c, p	RA6	2. Investigación de mercados y comportamiento del consumidor	25	1ª	12,5
b,c,q	b,c, p	RA2	3. La segmentación de mercados turísticos	25	1ª	12,5
b,c,q	b,c, p	RA3	4. Marketing mix: producto y servicio	35	2ª	12,5
			5. Marketing mix: precio y distribución	35	2ª	12,5
b,c,q	b,c, p	RA4	6. Nuevas tecnologías aplicadas al marketing turístico	17	3ª	12,5
b,c,q	b,c, p	RA5	7. El plan de marketing	20	3ª	12,5
b,c,q	b,c, p	RA7	8. Consumerismo	10	3ª	12,5
TOTAL SESIONES				192		100%

5.METODOLOGÍA

Por metodología se entiende: conjunto de decisiones adoptada por el profesor/a para seleccionar, organizar, secuenciar y temporalizar contenidos, actividades, recursos, espacios,... Todas las decisiones adoptadas para organizar el módulo tienden:

1. Al logro de los “resultados de aprendizaje” mediante el APRENDIZAJE SIGNIFICATIVO.
2. A favorecer o desarrollar en el alumnado las capacidades de APRENDER POR SÍ MISMO y de TRABAJAR EN EQUIPO.
3. A que lo aprendido en el aula por el alumno/a pueda utilizarlo en las distintas situaciones reales en las que se puede encontrar a lo largo de su vida personal y profesional (APRENDIZAJE REALISTA Y FUNCIONAL).

En consecuencia, la profesora propone una METODOLOGÍA ACTIVA, de manera que el aprendizaje resulte de la transmisión de conocimientos por parte del profesor y de la acción del alumno, para lo que, a través de las actividades, el profesor estimulará la indagación personal, el razonamiento, el sentido crítico, la reflexión y la toma de postura razonada, o sea que el alumno aprenda por sí mismo “haciendo cosas” (actividades).

Teniendo en cuenta la gran importancia del patrimonio histórico artístico de nuestro país para el turista que nos visita, el desconocimiento previo que sobre éste tiene la mayor parte del alumnado que cursa el módulo profesional (y no así sobre otro tipo de recursos turísticos) y a que el patrimonio sociocultural y medioambiental (unidades didácticas 5 y 6) se explican también en el módulo profesional de Destinos Turísticos (con cuyo profesor se ha establecido una previa coordinación para dejar todos los contenidos cubiertos), se dedicará gran parte del curso al conocimiento de dicho patrimonio histórico artístico, que será explicado, caracterizado y ejemplificado detenidamente por el profesor.

La selección, organización, secuenciación y temporalización de las ACTIVIDADES DIDÁCTICAS constituyen la parte más importante de la metodología que aplica un profesor. Por ello, en cada unidad didáctica se trabajará de manera variada y adaptada a los conocimientos trabajados en cada una de ellas. Las actividades se organizan en base a varias fases:

1ª Fase <<Determinación de que saben los alumnos>>

Con las actividades de esta fase se pretenden dos cosas:

1. Despertar el interés por el tema que trata la UT
2. Indagar lo que saben los alumnos, los preconceptos o ideas previas para tomarlos como punto de partida y para corregirlos caso de que no sean

correctos y no obstaculicen la comprensión de nuevos conceptos, ya que el alumno construye el conocimiento a partir de conocimientos anteriores.

En esta fase las actividades serán del tipo:

- Torbellino de ideas
- Cuestionario o encuesta inicial
- Debate inicial
- Lectura de un texto o artículo de prensa
- Visualización de una película o documental

2ª Fase <<Presentación de los contenidos por parte del profesor>>

En esta fase el profesor expondrá los aspectos más importantes del tema, ayudado por mapa conceptual, esquemas y gráficos, de forma explicativa y descriptiva, con aportación de hechos que interesen al alumnado y relacionándolos con su futura actividad profesional.

En la exposición se seguirá el principio metodológico de graduación de la dificultad, esto es, se irá de lo fácil a lo difícil, de lo próximo a lo distante, de lo simple a lo complejo, de lo concreto a lo abstracto y de lo general a lo particular y vuelta a lo general con idea, esto último, de que el alumno no pierda la visión de conjunto. Los contenidos se presentarán de forma amena, para propiciar el interés; de forma accesible, asequible y sencilla, teniendo en cuenta el grado de madurez o desarrollo del alumnado, sus capacidades y conocimientos previos, indagados y, en su caso corregidos, en fase anterior, y de forma sintética. Se trabajará con el alumno en el razonamiento y la reflexión de lo aprendido. Se establecerán las oportunas conexiones con temas anteriores y posteriores, con idea de que el alumno vaya formando una visión de conjunto.

3ª Fase <<Trabajo de los alumnos>>

En esta fase se realizarán actividades de AUTOAPRENDIZAJE para completar y reafirmar los conocimientos de la fase anterior. Durante la misma el protagonista del proceso enseñanza-aprendizaje es el alumno; el profesor se limitará a proponer las actividades y a dirigir las, asumiendo funciones de orientador y de facilitador de tareas. Para la secuenciación de las actividades se seguirá el principio de graduación de las tareas.

Las actividades de esta fase son muy variadas y en su diseño se tendrán en cuenta las orientaciones pedagógicas recogidas en la normativa específica que regula el ciclo:

Baterías de preguntas sobre los aspectos menos relevantes del tema no abordados por el profesor en sus explicaciones, para contestar tras lectura comprensiva del libro de texto y corregir de forma oral para que no queden dudas.

Preguntas tipo test y de desarrollo, para cuya realización sea fundamental el razonamiento.

- Lectura y manejo de textos legales
- Casos prácticos para “aprender haciendo cosas”, en especial para el aprendizaje de los procedimientos.
- Comentarios de texto y de noticias de actualidad, para afrontar los temas desde otros puntos de vista; introducir temas transversales como por ejemplo “empresa, medio ambiente y sostenibilidad”, y para conectar lo aprendido en el aula con lo que ocurre en la vida real.
- Simulaciones de situaciones reales, para que el alumno las gestione siguiendo procedimientos aprendidos en el aula

Actividades sobre los temas que tratan las unidades, en las que intervengan otros miembros de la comunidad educativa (director, departamento de orientación, departamento de actividades, ...), para profundizar en los mismos y para que el alumno sea consciente de la importancia de la coordinación y colaboración entre los distintos departamentos de una empresa u organización Trabajos en grupo, para:

Que el alumno desarrolle la capacidad de saber trabajar en grupo y por equipos y tome conciencia de que se trata de un valor en alza en el mercado laboral.

b) Domine, mediante su práctica, las técnicas que mejoran la toma de decisión grupal o fomentan la creatividad de la decisión grupal: Phillip 66, torbellino de ideas, etc.

c) Aprenda a convocar reuniones, levantar actas de la misma, etc.

- Esta fase culmina con actividades de ampliación, siendo idóneos los trabajos de investigación, donde el alumno tenga que obtener información específica mediante selección de normativa, artículos de prensa y bibliografía, utilización de nuevas tecnologías (internet), entrevistas a profesionales, y encuesta a empresas de la zona y sector.

Con estos trabajos de investigación se pretende que el alumno sea capaz por sí mismo de ampliar sus conocimientos, de buscar, seleccionar y procesar información relevante, se familiarice en el manejo de las nuevas tecnologías, aprenda a elaborar informes y a sintetizar y plasmar por escrito las conclusiones de la investigación, se relacione y conozca las empresas de la zona en la que se encuentra el IES .

4ª Fase <<Recapitulación>>

En esta fase se realizarán actividades del tipo:

- Esquemas-resúmenes con “organizadores”, que son pequeñas frases que sintetizan los contenidos de la UT.
- Cuadros comparativos.
- Confección en grupo de cuestionarios y glosarios de términos específicos de la UD.

Coloquios y debates sobre el tema donde se intercambien los conocimientos aprendidos, se aprenda a respetar la opinión de los demás y el turno de palabra, y que permitan al profesor comprobar, a través de la retroalimentación, el grado de asimilación de los contenidos por parte del alumno y que este sabrá hacer uso de ellos.

6.MATERIALES Y RECURSOS DIDÁCTICOS

Este apartado se refiere a los medios materiales y humanos previstos para el desarrollo de la programación.

Además de la colaboración de otros miembros de la comunidad educativa, profesionales de empresa de la zona y de Instituciones mencionadas en otros apartados, el IES donde se imparten las enseñanzas de este ciclo formativo dispone de:

- Aulas para explicaciones a las que el alumno acude con su libro de texto y documentación proporcionada por el profesor. La organización de los espacios y distribución de los materiales se ha hecho de forma que permita el trabajo individual y en grupo, y el acceso a los ordenadores en las mejores condiciones posibles de Seguridad y Salud y de bienestar.

- Además alumno y profesor tienen acceso a la biblioteca del departamento donde se encuentran varios ejemplares de los distintos libros de texto de distintas editoriales, prensa diaria, revistas especializadas, vídeos relacionados con los distintos módulos, etc.; ordenadores, impresoras, conexión a internet y programas de ordenador.
- Salón de actos donde se pueden organizar conferencias, debates, mesas redondas..... que está dotado con cañón.

Para el desarrollo de los contenidos del módulo profesional de Recursos Turísticos, el profesor hará uso en clase del siguiente material:

- Presentaciones powerpoint con los contenidos de la unidad.
- Libro de texto: Marketing Turístico.C Delia Ojeda García, Patricia Marmol Sinclair. Ed. Paraninfo, 2016.
- Material audiovisual.
- Legislación específica.
- Textos sobre la materia a tratar.

Además de éste, para el trabajo diario en clase, los alumnos deberán traer consigo:

- Libreta o folios tamaño A-4.
- Bolígrafo.
- Lápiz.
- Goma de borrar o corrector.

7.CRITERIOS Y PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN

Instrumentos de evaluación:

El módulo profesional está organizado en unidades didácticas, divididas en tres trimestres. A lo largo de cada cual, se realizarán actividades prácticas, exámenes escritos y exposiciones orales, así como otras actividades obligatorias, que determinarán la calificación del alumno en dicho módulo profesional. Algunas de estas actividades serán corregidas y calificadas en clase y otras requerirán ser entregadas al profesor para su corrección posterior. En todo caso, se informará a los alumnos de los criterios de evaluación que se abordan en cada una de estas pruebas.

Los instrumentos de evaluación más utilizados en el aula serán:

- Cuaderno de clase (registro de actividades, observación de conductas, interés, hechos significativos, anotaciones sobre asistencia...)
- Cuestionarios.
- Pruebas escritas. (Preguntas cortas y alguna más larga a desarrollar. En ocasiones se incluirán preguntas tipo test, con el fin de desarrollar la capacidad en el alumno de contestar a todo tipo de cuestiones).
- Pruebas orales y exposiciones. (Se realizarán exposiciones de recursos turísticos por parte del alumnado.)
- Pruebas prácticas apoyándose en nuevas tecnologías.
- Debates sobre un determinado tema.
- Elaboración de informes sobre una temática determinada.
- Realización de trabajos prácticos (pequeña investigación).

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación:

La 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 en la Comunidad Autónoma de Andalucía asigna seis resultados de aprendizaje al módulo “Gestión de Productos Turísticos”.

Todos los instrumentos de evaluación persiguen poner de manifiesto la comprensión, asimilación y capacidad de aplicación práctica, por parte del alumno/a, de los contenidos del módulo, a fin de evaluar la adquisición de las competencias necesarias para la superación de dicho módulo y para la habilitación profesional en última instancia.

Con este fin, se realizará la evaluación por competencias, de forma que los diferentes instrumentos de evaluación no tendrán un peso diferente en la nota del alumno/a, sino que todas las calificaciones obtenidas en las actividades y/o pruebas que valoren un mismo criterio de evaluación servirán para el cálculo de la nota media de dicho criterio y ésta será ponderada para el cálculo de la nota final de cada resultado de aprendizaje según el resumen que se presenta a continuación:

Los criterios de evaluación son las concreciones que permiten valorar si los resultados de aprendizaje han sido alcanzados. Para cada resultado de aprendizaje se han establecido los siguientes criterios de evaluación:

Resultado de aprendizaje	Criterios de evaluación	Instrumentos de evaluación
---------------------------------	--------------------------------	-----------------------------------

<p>RA 1. Caracteriza el marketing turístico reconociendo los elementos básicos que lo componen (12,5% de la nota final del módulo)</p>	<p>a) Se ha analizado el concepto de marketing y sus elementos fundamentales. b) Se han diferenciado las etapas y la evolución del marketing. c) Se ha valorado la importancia de los distintos instrumentos del marketing. d) Se han definido los factores y criterios eficaces para orientar al marketing hacia el consumidor. e) Se han analizado las tendencias del marketing en Turismo. f) Se ha justificado la importancia del marketing en el sector turístico. g) Se han diferenciado las peculiaridades del marketing de servicios en general y las propias del marketing turístico. h) Se han descrito los conceptos, definiciones e instrumentos básicos del marketing turístico. i) Se han comparado las diferentes estructuras y enfoques de dirección de marketing. j) Se ha identificado la necesidad del marketing en la función comercial de la empresa turística.</p>	<p>Prueba escrita Tareas</p>
<p>RA 2. Interpreta la segmentación de mercado y el posicionamiento del producto-servicio reconociendo datos cuantitativos y cualitativos (12,5% de la nota final del módulo)</p>	<p>a) Se ha conceptualizado y clasificado la segmentación de mercado. b) Se han analizado las variables de segmentación más utilizadas en turismo. c) Se han definido los requisitos para que la segmentación sea efectiva. d) Se ha reconocido la importancia de la segmentación para el diseño de la estrategia comercial de las empresas turísticas. e) Se han identificado y valorado los diferentes segmentos de mercado y su atractivo en función del producto- servicio. f) Se han definido las estrategias de cobertura de segmentos de mercado. g) Se han identificado los instrumentos comerciales y su compatibilidad con el posicionamiento del producto en el mercado. h) Se han valorado los instrumentos de los diferentes segmentos de mercado.</p>	<p>Prueba escrita Tareas</p>

<p>RA 3. Identifica los elementos del marketing mix reconociendo su aplicación en el sector turístico (25% de la nota final del módulo)</p>	<p>a) Se han identificado los elementos del marketing-mix. b) Se han identificado las etapas del ciclo de vida de un producto y su relación con la toma de decisiones estratégicas. c) Se han analizado los elementos y niveles del producto, así como la aplicación de un sistema de «servucción». d) Se han caracterizado las distintas políticas de marcas en el sector turístico y se ha valorado la importancia de diferenciar el producto. e) Se ha valorado la importancia del precio y sus condicionantes como instrumento comercial en las empresas turísticas. f) Se han calculado los precios mediante la fijación de métodos de precios idóneos para el sector turístico. g) Se han identificado los canales de distribución/comercialización directa e indirecta en el sector turístico. h) Se ha reconocido la importancia de los sistemas de distribución global y su impacto en la industria turística. i) Se ha reconocido la importancia de la publicidad, las RR.PP., promoción de ventas y merchandising en el sector turístico. j) Se ha valorado la función de las ferias turísticas y otros encuentros profesionales como instrumentos de marketing estableciendo la diferencia con otras estrategias promocionales</p>	<p>Prueba escrita Tareas</p>
<p>RA 4. Aplica las nuevas tecnologías en el marketing turístico analizando sus aplicaciones y oportunidades en el desarrollo de la política de dicho marketing</p>	<p>a) Se han caracterizado las nuevas tecnologías y su utilización. b) Se han identificado las aplicaciones de las nuevas tecnologías en marketing. c) Se ha valorado la utilización de la Red para comercializar productos-servicios turísticos. d) Se han utilizado las aplicaciones ofimáticas de base de datos. e) Se ha valorado la importancia de la legislación sobre la protección de datos. f) Se ha reconocido la aplicación de una base de datos para la investigación comercial y para crear una ventaja competitiva.</p>	<p>Prueba escrita Tareas</p>

(12,5% de la nota final del módulo)	<p>g) Se han determinado los factores que influyen en el marketing directo.</p> <p>h) Se han establecido las pautas para el desarrollo de una estrategia de marketing directo combinado.</p>	
<p>RA 5. Caracteriza el plan de marketing relacionándolo con los diversos tipos de empresa y productos servicios (12,5% de la nota final del módulo)</p>	<p>a) Se ha conceptualizado la planificación comercial estratégica en las empresas turísticas. b) Se han descrito los elementos básicos que conforman el plan de marketing</p> <p>c) Se ha valorado la importancia de un plan de marketing en una empresa turística.</p> <p>d) Se ha realizado el análisis de otros planes empresariales e institucionales relacionados con el plan de marketing.</p> <p>e) Se han identificado los principales factores del entorno con incidencia en el plan de marketing.</p> <p>f) Se ha analizado la competencia y el potencial de mercado.</p> <p>g) Se han definido los recursos necesarios para establecer las estrategias propuestas y para la consecución de los objetivos del plan de marketing.</p> <p>h) Se ha realizado el plan de acción, con sus estrategias y tácticas.</p> <p>i) Se ha realizado el control de cumplimiento y calidad del plan de marketing con las técnicas adquiridas.</p> <p>j) Se han valorado las implicaciones ambientales de la implementación de un plan de marketing propuesto.</p> <p>k) Se ha realizado la presentación del plan de marketing con las pautas establecidas y ante los responsables implicados</p>	<p>Prueba escrita Tareas</p>
<p>RA 6. Reconoce el proceso de decisión de compra de los consumidores analizando sus motivaciones y necesidades (12,5% de la</p>	<p>a) Se ha valorado la importancia del estudio del comportamiento del consumidor turístico.</p> <p>b) Se han identificado las necesidades y motivaciones de los consumidores de productos-servicios turísticos.</p> <p>c) Se han identificado las fases del proceso de decisión de compra en el consumidor.</p> <p>d) Se han caracterizado los agentes implicados en el proceso de decisión de compra.</p>	<p>Prueba escrita Tareas</p>

nota final del módulo)	<p>e) Se ha analizado el impacto psicosocial del marketing, la publicidad y las relaciones públicas y su incidencia en el proceso de compra.</p> <p>f) Se han caracterizado los puntos clave en el proceso de post compra y oportunidades de fidelización.</p> <p>g) Se han descrito y valorado la percepción y satisfacción de los consumidores mediante los procesos de control de calidad</p>	
RA 7. Caracteriza los criterios del “consumerismo” relacionándolos con la sociedad, el marketing y ética (12,5% de la nota final del módulo)	<p>a) Se han analizado los conceptos de Economía y actividad económica.</p> <p>b) Se han caracterizado las peculiaridades de las economías de mercado y sus críticas.</p> <p>c) Se ha identificado el origen del consumerismo, así como su evolución en España.</p> <p>d) Se han realizado estudios para analizar la reacción de las empresas ante esta situación.</p> <p>e) Se ha determinado la respuesta de las empresas y de la sociedad y se establecen unos principios éticos.</p> <p>f) Se ha identificado la normativa que protege al consumidor en la U.E. y en España.</p> <p>g) Se han analizado los derechos y deberes de los consumidores</p>	Prueba escrita Tareas

Para obtener la calificación global del curso se tendrán en cuenta que sólo podrán obtener una calificación positiva aquellos alumnos que hayan sido calificados positivamente en cada RA (resultado de aprendizaje). A continuación, se especifica para cada unidad de trabajo los resultados de aprendizaje y los criterios de evaluación correspondientes a la misma, así como su valoración, que permita calificar cada actividad realizada.

RA	% RA	UNIDADES DE TRABAJO	TRIMESTRE	% de la nota en la evaluación parcial	% de la nota en la evaluación final
1	100	1. Caracterización del marketing turístico	1º	33%	12,5%

6	100	2. Investigación de mercados y comportamiento del consumidor	1º	33%	12,5%
2	100	3. La segmentación de mercados turísticos	1º	33%	12,5%
3	50	4. Marketing mix: producto y precio	2º	50%	12,5%
	50	5. Marketing mix: distribución y promoción	2º	50%	12,5%
4	100	6. Nuevas tecnologías aplicadas al marketing turístico	3º	33%	12,5%
6	100	7. El plan de marketing	3º	33%	12,5%
7	100	8. Consumerismo	3º	33%	12,5%

Calificación informativa trimestral:

Además, se hará una **ponderación de los resultados de aprendizaje abordados en cada trimestre**, fruto de la dedicación temporal a cada unidad, y que **servirá exclusivamente a efectos del cálculo de la nota informativa de cada trimestre**, pero, en ningún caso, estas notas informativas servirán para el cálculo de la nota final del módulo. Esta ponderación trimestral será la siguiente:

Así, se considerará que el alumno supera efectivamente cada resultado de aprendizaje cuando la nota media ponderada de todos los criterios de evaluación del mismo sea igual o superior a 5 puntos, incluso aunque alguno de los criterios de evaluación no hayan sido superados de forma independiente. En caso contrario (nota inferior a 5 puntos), el alumno/a deberá recuperar los criterios de evaluación suspensos de ese o esos resultados de aprendizaje suspensos.

Recuperaciones parciales:

La recuperación de los criterios de evaluación suspensos de cada resultado de aprendizaje no superado se llevará a cabo una vez finalizado el correspondiente trimestre de impartición de dicho resultado de aprendizaje, y consistirá en la realización de una prueba escrita que, en todo caso supondrá el 100% de la nota a determinar en esos criterios de evaluación (sin tener en cuenta, en su caso, la nota de evaluación continua previamente adquirida, si existiera). Asimismo, deberá entregar todos los trabajos no realizados/aprobados de esos criterios suspensos. El resultado obtenido en esta recuperación servirá para el recálculo de la nota media ponderada obtenida por cada alumno en los resultados de aprendizaje inicialmente no superados.

Evaluación final del módulo profesional:

En cualquiera de los casos, tanto si el alumno/a conserva su derecho de evaluación continua, como si lo hubiera perdido en alguno de los trimestres, la nota final del módulo será la resultante de aplicar a la nota de cada resultado de aprendizaje, siempre y cuando cada una de éstas sea igual o superior a 5 puntos, la ponderación (% de peso de cada RA para la nota final del módulo) que se mostró anteriormente junto al título de cada resultado de aprendizaje (en el apartado resultados de aprendizaje y criterios de evaluación).

Periodo de recuperación de junio:

Aquellos alumnos que no superen la totalidad del módulo al final de la impartición del módulo serán evaluados en Junio, a través de una prueba escrita, donde los contenidos a superar serán los asociados a todos los criterios de evaluación suspensos de resultados de aprendizaje no superados previamente por el alumno. Asimismo, deberá

entregar todas las actividades realizadas a lo largo del curso que no hubiera realizado o aprobado. La nota obtenida en cada uno de estos criterios será utilizada para el cálculo de la nota final del módulo, en combinación con la obtenida en los criterios de evaluación superados anteriormente, con la ponderación indicada anteriormente. No obstante, se hace constar que para superar esta prueba final en junio, los alumnos/as estarán obligados a asistir a clase durante el mes de junio (se establecerá un horario de al menos el 50% de las horas semanales del módulo profesional) y a realizar las actividades de refuerzo y recuperación que en dicho período sean propuestas por el profesor.

Asimismo, los alumnos que, habiendo obtenido una calificación positiva en el módulo, deseen mejorar dicha calificación, podrán hacerlo igualmente en el mes de junio, bien mediante la realización de una prueba escrita, bien mediante la realización de un trabajo o bien conjugando ambas opciones, a criterio del profesor.

8.MÍNIMOS EXIGIBLES

En las enseñanzas de Formación Profesional, los mínimos son los recogidos en los apartados de evaluación y relativos al grado de consecución de los distintos Resultados de Aprendizajes.

La evaluación de cada Módulo profesional a través de los distintos criterios e instrumentos de evaluación, llevará consigo la obtención por parte del alumnado de una calificación, que en caso de superar el 5, se entenderá por conseguido el correspondiente Resultado de Aprendizaje.

9.CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

El resultado de todo el proceso de evaluación se expresará calificando con una nota final numérica del 1 al 10 tal como indica la normativa vigente. Esta nota numérica será la media aritmética ponderada de todos los RA o, lo que es lo mismo, la media aritmética sin ponderar de las notas de las 3 evaluaciones.

(Calificación 1º ev. + Calificación 2º ev. + Calificación 3º ev) : 3= Calificación final.

10. MEDIDAS DE ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD. PROGRAMA DE REFUERZO DEL APRENDIZAJE

La diversidad de alumnado en el aula es una de las características de estas enseñanzas. Esta diversidad está originada por múltiples motivos: diferentes capacidades, ritmos y estilos de aprendizaje, motivaciones, intereses, situaciones socioeconómicas y culturales, lingüísticas y de salud del alumnado, con la finalidad de facilitar la adquisición de las competencias profesionales personales y sociales, el logro de los objetivos generales y los resultados de aprendizaje y la correspondiente titulación.

A raíz de esta realidad, el nuevo sistema educativo español, incide de manera especial en la “educación desde la diversidad”.

Por tanto, este apartado ha resultado clave en el diseño de esta programación, facilitando a cada individuo, en relación con sus capacidades individuales, la consecución de los resultados de aprendizaje propuestos.

Los métodos deben partir de la perspectiva del profesorado como orientador, promotor y facilitador del desarrollo en el alumnado, ajustándose al nivel competencial inicial de este y teniendo en cuenta la atención a la diversidad y el respeto por los distintos ritmos y estilos de aprendizaje mediante prácticas de trabajo individual y cooperativo.

EQUIDAD EN LA EDUCACIÓN

A fin de garantizar la **equidad**, el título II de la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación, aborda el alumnado que requiere una atención educativa diferente a la ordinaria y establece los recursos precisos para acometer esta tarea con el objetivo de lograr su plena inclusión e integración.

ALUMNADO QUE PRESENTA NECESIDADES EDUCATIVAS ESPECIALES

Al alumnado que requiera, por un periodo de su escolarización o a lo largo de toda ella, determinados apoyos y atenciones educativas específicas derivadas de discapacidad o trastornos graves de conducta.

Los centros de formación profesional desarrollarán los currículos establecidos por la Administración educativa correspondiente de acuerdo con las características y expectativas del alumnado, con especial atención a las necesidades de aquellas personas que presenten una discapacidad, y las posibilidades formativas del entorno, especialmente en el módulo profesional de formación en centros de trabajo.

Los procesos de evaluación se adecuarán a las adaptaciones metodológicas de las que haya podido ser objeto el alumnado con discapacidad y se garantizará su accesibilidad a las pruebas de evaluación.

Cuando se trate de personas adultas se prestará una atención adecuada, en condiciones de accesibilidad y con los recursos de apoyo necesarios, en cada caso, a las personas con discapacidad.

Se establecerán las medidas e instrumentos necesarios de apoyo y refuerzo para facilitar la información, orientación y asesoramiento a las personas con discapacidad.

Las Administraciones educativas establecerán un porcentaje de plazas reservadas para alumnado con discapacidad, que no podrá ser inferior al cinco por ciento de la oferta de plazas.

El alumnado dispondrá de los medios y recursos que se precisen para acceder y cursar estas enseñanzas.

Para este alumnado se adaptará el currículo a sus intereses y posibilidades, adaptando los contenidos a mínimos y utilizando una metodología que permita alcanzar los objetivos mínimos del módulo. Se propondrán diversas actividades de refuerzo, como glosarios, trabajos grupales, etc.

ALUMNADO CON ALTAS CAPACIDADES INTELECTUALES

Se propondrán actividades de ampliación, fundamentalmente búsqueda de información a través de Internet para su análisis y exposición al resto del grupo

de clase. Así mismo se propondrá diversos libros de lectura relacionados con la actualidad y objetivos del currículo.

ALUMNADO CON INTEGRACIÓN TARDÍA EN EL SISTEMA EDUCATIVO ESPAÑOL

La sección tercera del capítulo I del título II de la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación, aborda al alumnado que se incorpore de forma tardía al sistema educativo español, por proceder de otros países o por cualquier otro motivo, y lo incluye dentro del **alumnado con necesidad específica de apoyo educativo**.

EDUCACIÓN COMPENSATORIA

La atención a la diversidad comporta la exigencia de proporcionar una educación de calidad a todos los ciudadanos de ambos sexos, en todos los niveles del sistema educativo. *Se trata de conseguir que todos los ciudadanos alcancen el máximo desarrollo posible de todas sus capacidades, individuales y sociales, intelectuales, culturales y emocionales para lo que necesitan recibir una educación de calidad adaptada a sus necesidades.* Al mismo tiempo, se les debe garantizar una igualdad efectiva de oportunidades, prestando los apoyos necesarios, tanto al alumnado que lo requiera como a los centros en los que están escolarizados.

Más adelante, en el Capítulo I del Título Preliminar, la Ley establece el principio de equidad para hacer efectiva la igualdad de oportunidades. Asimismo, la inclusión educativa y la no discriminación deben actuar como elementos compensadores de las **desigualdades personales, culturales, económicas y sociales, con especial atención a las que deriven de discapacidad** y del principio de flexibilidad para adecuar la educación a la diversidad de aptitudes, intereses, expectativas y necesidades del alumnado, así como los cambios que experimentan el alumnado y la sociedad.

La Ley trata asimismo de la compensación de las desigualdades a través de programas específicos desarrollados en centros docentes escolares o zonas geográficas donde resulte necesaria una intervención educativa compensatoria, y a través de las becas y ayudas al estudio que tienen como objetivo garantizar el derecho a la educación a los estudiantes con condiciones socioeconómicas desfavorables.

La programación de la escolarización en centros públicos y privados concertados debe garantizar una adecuada y equilibrada distribución entre los centros escolares de los alumnos/as con necesidades de apoyo educativo.

Con el fin de hacer efectivo el principio de igualdad en el ejercicio del derecho a la educación la Ley en su título II, capítulo II establece que las Administraciones públicas desarrollarán acciones de carácter compensatorio en relación con las

personas, grupos y ámbitos territoriales que se encuentren en situaciones desfavorables y proveerán los recursos económicos y los apoyos precisos para ello.

Las Administraciones educativas de las Comunidades Autónomas con competencias en materia educativa plenamente transferidas han puesto en marcha diversas acciones para dar respuesta conveniente a la interculturalidad.

Para atender debidamente a este tipo de alumnado contamos con la colaboración del departamento de orientación de centro.

LA ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD EN MI PRÁCTICA DOCENTE. MEDIDAS A TENER EN CUENTA.

Las medidas de atención a la diversidad afectan a la organización en el ámbito del centro y del aula. La atención individualizada entra en el terreno de las adaptaciones curriculares. Las adaptaciones curriculares significativas no están contempladas en Formación Profesional, es por ello que, sólo se podrán contemplar medidas no significativas de acceso al currículo. Entre las que destaco:

- Respecto a las **pautas generales** llevaré a cabo las siguientes **medidas educativas**:

En los elementos de acceso	<ul style="list-style-type: none">• Son modificaciones o provisión de <i>recursos espaciales, materiales y/o comunicación</i> que van a facilitar que algunos alumnos con necesidades educativas especiales puedan desarrollar el currículo ordinario. Tener en cuenta la diversidad en la organización del aula: flexibles, cooperativos, etc.
En los objetivos/capacidades terminales/contenidos	<ul style="list-style-type: none">• Son modificaciones en la <i>secuenciación, temporización de objetivos/contenidos</i> del módulo profesional. Puede ser de priorización, secuneciación o eliminación de contenidos secundarios.• La modificación de objetivos es adaptación significativa.
En la metodología	<ul style="list-style-type: none">• Son modificaciones en el tipo de <i>agrupamiento</i> de los alumnos, utilización de técnicas específicas y/o de apoyos verbales, visuales o físicos. Modificación de los tiempos de aprendizaje acordes al ritmo individual del alumno /a. <i>Adecuación de la ayuda pedagógica</i> al nivel de desarrollo de cada uno. Estimulación del trabajo en grupo. <i>Tipos de actividades</i> plantadas
En la evaluación	<ul style="list-style-type: none">• Modificación de la selección de técnicas e instrumentos de valuación• Modificación de las técnicas de los instrumentos de evaluación• La modificación en los criterios de evaluación es adaptación significativa.

En cuanto a las actuaciones que llevaremos a cabo con los distintos tipos de **alumnado con Necesidades Específicas de Apoyo Educativo**:

a) **Alumnado con Necesidades Educativas Especiales:** En el aula nos podemos encontrar: alumnado con déficit físico, psíquico o sensorial. Se intentará que este tipo de alumnado sea autosuficiente en el mayor grado posible, por lo que el aula se diseñará de forma funcional, también se pueden establecer cambios de actividades, potenciación de la integración social, etc.

b) **Alumnado con alta capacidad intelectual.** Las actividades de ampliación son un recurso para este tipo de alumnado, así como la variación y su grado en diferentes niveles de dificultad.

c) **Alumnado con necesidades educativas especiales asociadas a condiciones sociales desfavorecidas.** Ante este tipo de alumnado, lo más idóneo es comenzar con un plan de acogida, después para trabajar sus necesidades son necesarias actividades que fomenten la autoestima, las relaciones sociales, la cooperación, etc.

d) **Alumnado Extranjero.** Se actuará sobre dos aspectos inicialmente:

- la socialización e integración del alumnado en el grupo
- el conocimiento y desarrollo del lenguaje.

10.1. Programa de atención a los alumnos con materias pendientes.

En los Ciclos Formativos de Grado Superior no existe alumnado con materias pendientes del curso anterior, será alumnado de primero y en todo caso, ampliará aquellos Módulos de segundo que sea posible.

El alumnado con materias pendientes en FP, es aquel que no supera en evaluación ordinaria alguno de los Resultados de Aprendizaje del Módulo

Se determinará un plan de refuerzo o mejora individualizado para que el alumnado recupere los Resultados de Aprendizaje pendientes de evaluación positiva o, en su caso, mejorar la calificación obtenida en los mismos.

Con respecto al alumnado que haya obtenido calificación positiva y quiera mejorar la calificación, también se concretará un plan de mejora individualizado.

Dichas actividades se realizarán en primer curso durante el periodo comprendido entre la última evaluación parcial y la evaluación final y, en segundo curso durante el periodo comprendido entre la sesión de evaluación previa a la realización del módulo profesional de formación en centros de trabajo y la sesión de evaluación final.

10.2. Programa de atención a los alumnos repetidores.

El alumnado repetidor cursará este Módulo al mismo ritmo que el resto, aún así, en aquellos contenidos que se detecte una mayor dificultad, se reforzará con actividades complementarias.

10.3. Refuerzo de materias troncales.

No procede en FP.

11. CONTENIDOS DE CARÁCTER TRANSVERSAL

El concepto de transversalidad es especialmente importante e imprescindible en el proceso de aprendizaje de los alumnos/as. Surge de la necesidad de convertir la acción educativa en una acción profunda y globalmente humanizadora, enriqueciendo cada vez más al ser humano para crear una vida mejor para él y su entorno.

Los temas transversales no son enseñanzas o contenidos que surgen separados o en paralelo a los módulos profesionales y, por tanto, ajenos a ellas; sino que son transversales a ellos, es decir, recurrentes en el currículo. Se produce una impregnación recíproca entre los temas transversales y los módulos específicos.

Su incorporación al currículo se produce en un plano de igualdad con los contenidos conceptuales y procedimentales. Son valores y actitudes que atraviesan el currículo por todos los módulos profesionales y todos los niveles de concreción del mismo (Proyecto Educativo de Centro, Programación y Unidades didácticas).

Junto al conocimiento de las materias de los módulos, conviene que los alumnos/as se formen en todos los aspectos relativos a la convivencia, como corresponde a una sociedad evolucionada y democrática.

En este módulo se incidirá, fundamentalmente, en valores y actitudes propios de la sociedad democrática en que vivimos y especialmente en:

- La educación moral y cívica: Se trata de un tema esencial para afrontar el resto de los temas transversales, cuyo tratamiento estará siempre guiado por el propósito de la consecución de valores éticos basados en la democracia, la justicia, la solidaridad, la tolerancia y la participación ciudadana. Las materias

impartidas ayudaran a desarrollar unas formas de pensamiento en el marco de los derechos fundamentales en la relación con la empresa.

- La educación para la paz y la cooperación internacional.
- La educación para la igualdad de derechos entre sexos: La discriminación en función del sexo aparece en los más variados ambientes. Es necesario inculcar valores de respeto y tolerancia que eliminen este tipo de diferenciación en la sociedad. Desde el ámbito de la formación profesional, se ha de romper con los estereotipos que han marcado los roles de la sociedad, procurando no utilizar un lenguaje sexista, favoreciendo y estimulando la participación equitativa de los alumnos en las actividades, y no haciendo discriminación por sexos en el trabajo diario de clase.
- La educación ambiental: El respeto y cuidado del entorno se debe referir al hábitat en que nos movemos. En el módulo se estimulará la toma de conciencia de la importancia de respetar las normas urbanísticas y medioambientales y sus respectivos efectos.

12. ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS Y EXTRAESCOLARES

Las actividades que propongo realizar conjuntamente con el resto de miembros del departamento de Hostelería y Turismo, acordadas en reunión de departamento, y contando con la colaboración y organización por parte del departamento de actividades complementarias y extraescolares son:

- Visita al Parador y casco histórico de Carmona.
- Visita guiada Leyendas por el Barrio de Santa Cruz.
- Visita al Parlamento Andaluz.
- Visita a diferentes agencias de viajes, organizadores profesionales de congresos y otras empresas relacionadas con el turismo de reuniones.
- Visita a los Reales álczaes
- Asistencia a jornadas, simposios, workshops y otro tipo de reuniones con una temática relacionada con el mundo del turismo.
- Viaje de fin de curso con destino por determinar.
- Visita a empresas del sector
- Visita a Itálica y Monasterio. Visita al Hotel YIT Vía Sevilla y al IES Atenea (Mairena del Aljarafe).
- Visita a la Feria de Turismo Internacional de Madrid.(FITUR)
- Visita al Hotel Alfonso XIII y NH Viapol (o similar)
- Asistencia a festivales de música, danza y teatro de interés, así como visitas a museos y galerías de arte.

- Visita al Dpto. de Eventos de algún hotel de Sevilla.
- Visita por los principales recursos turísticos de Sevilla.
- Visitas a ferias turísticas de interés.
- Visita al Instituto de Patrimonio Histórico Andaluz
- Colaboración en cuantos actos culturales se celebren en el centro educativo, en colaboración con el departamento de actividades extraescolares y Vicedirección, dentro del marco de su formación.
- Asistencia a los eventos culturales que se celebren en el centro educativo.
- Asistencia y colaboración como auxiliares en cuantos eventos nos invitan a participar.

13. ESTÍMULO DE LA LECTURA Y MEJORA DE LA EXPRESIÓN ORAL Y ESCRITA. ACTIVIDADES PARA EL ANÁLISIS, LA REFLEXIÓN Y CRÍTICA.

En todo momento durante las clases se incluirán actividades que estimulen el interés y el hábito de la lectura. Dichas actividades previstas versarán sobre:

- Comentario y/o análisis de recortes de prensa, páginas webs y textos diversos.
- Recomendación de lecturas para ampliar conocimientos.
- Recomendación de publicaciones y lecturas especializadas sobre la materia a tratar.

Del mismo modo, se incluirán actividades que estimulen la capacidad de expresarse correctamente en público, fundamentalmente a través de:

- Exposición de trabajos ante los compañeros.
- La interacción continua con el profesor y los compañeros, a través de preguntas al alumnado y debates informales.

Durante el transcurso del año y siguiendo los objetivos del plan de fomento de la lectura se propondrá la lectura del libro Seda y el posterior cuestionario en clase de preguntas cortas de carácter obligatorio relacionadas con los recursos turísticos o con el turismo en general con el objetivo de trabajar la competencia lectora y mejorar el hábito lector entre el alumnado.

14. SEGUIMIENTO DE LA PROGRAMACIÓN DIDÁCTICA Y DE LAS MEDIDAS DE ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD.

14.1. Adaptación de la programación a los resultados de la evaluación inicial

La evaluación inicial es el punto de referencia del equipo docente para la toma de decisiones relativas al desarrollo del currículo y su adecuación a las características capacidades y conocimientos del alumnado.

Permitirá tomar una serie de decisiones relativas a:

- Planificar y programar las actividades docentes
- Adoptar medidas de atención a la diversidad en el aula.
- Metodologías a emplear.