

ANEXO VIII

I. IDENTIFICACIÓN DEL CERTIFICADO DE PROFESIONALIDAD

Denominación: Venta de productos y servicios turísticos

Código: HOTG0208

Familia Profesional: Hostelería y turismo

Nivel de cualificación profesional: 3

Cualificación profesional de referencia:

HOT095_3 Venta de servicios y productos turísticos. (RD. 295/2004 de 20 de febrero y modificaciones publicadas en el RD 1700/2007 de 14 de diciembre))

Relación de unidades de competencia que configuran el certificado de profesionalidad:

UC0266_3: Vender servicios turísticos y viajes.

UC0267_2: Desarrollar la gestión económico-administrativa de agencias de viajes.

UC0268_3 Gestionar unidades de información y distribución turísticas.

UC1057_2 Comunicarse en inglés, con un nivel de usuario independiente, en las actividades turísticas.

Competencia general:

Vender servicios y productos turísticos, desarrollando la gestión económica-administrativa que resulta inherente y gestionando el departamento o unidad correspondiente de la agencia de viajes o entidad equivalente.

Entorno Profesional:

Ámbito profesional:

Lleva a cabo su actividad en unidades productivas de agencias de viajes y de otras entidades dedicadas a la distribución turística (centrales de reservas, sistemas de distribución, representantes de prestatarios de servicios, etc.), tanto en el nivel de personal de contacto como en puestos de supervisión.

Sectores productivos:

Sector turístico y, especialmente, en el subsector de la distribución turística, incluyendo a las agencias de viajes y a otros operadores del mercado turístico y de los viajes.

Ocupaciones o puestos de trabajo relacionados:

Sin carácter de exclusividad, pueden mencionarse los siguientes:

3314.002.5 Técnico de ventas en agencias de viajes

3314.002.5 Vendedor de agencia de viajes minorista.

3314.002.5 Empleado de departamento de reservas.

3314.002.5 Jefe de mostrador de agencia de viajes emisora

3314.002.5 Jefe del departamento de reservas

3314.005.2 Técnico de promoción agencias de viajes

3314.005.2 Promotor de agencia de viajes minorista

3314.005.2 Jefe de promoción de agencia de viajes emisora

3314.003.4 Técnico de producto agencias de viajes

3314.003.4 Jefe del departamento de empresas de agencia de viajes emisora.

3314.001.6 Técnico en agencias de viajes

3314.003.4 Jefe de oficina de agencia de viajes emisora.

Coordinador de calidad en agencia de viajes emisora.

Duración de la formación asociada: 670 horas

Relación de módulos formativos y de unidades formativas:

MF0266_3: Promoción y venta de servicios turísticos. (250 horas)

• UF0073: Productos, servicios y destinos turísticos. (90 horas)

• UF0078: Asesoramiento, venta y comercialización de productos y servicios turísticos. (90 horas)

• UF0079: Gestión de sistemas de distribución global (GDS). (40 horas)

• UF0042: Comunicación y atención al cliente en hostelería y turismo. (30 horas)

MF0267_2: Procesos económico-administrativos en Agencias de Viajes. (90 horas)

MF0268_3: Gestión de unidades de información y distribución turísticas. (120 horas)

• UF0077: Procesos de gestión de unidades de información y distribución turísticas. (70 horas)

• UF0049: Procesos de gestión de calidad en hostelería y turismo. (50 horas)

MF1057_2: Inglés profesional para turismo. (90 horas)

MP0019: Módulo de prácticas profesionales no laborales de Venta de productos y servicios turísticos. (120 horas)

II. PERFIL PROFESIONAL DEL CERTIFICADO DE PROFESIONALIDAD

Unidad de competencia 1

Denominación: VENDER SERVICIOS TURÍSTICOS Y VIAJES

Nivel: 3

Código: UC0266_3

Realizaciones profesionales y criterios de realización

RP1: Informar y asesorar a los clientes sobre destinos, servicios, productos y tarifas, de modo que se satisfagan sus requerimientos y expectativas y se despierte el interés de compra.

CR1.1 Las demandas informativas del cliente se atienden identificando sus motivaciones e interpretando sus expectativas.

CR1.2 Los soportes informativos y los medios de acceso a la información se utilizan de forma eficiente a fin de determinar las opciones disponibles.

CR1.3 Los precios o tarifas, así como los cargos adicionales aplicables, se concretan de forma precisa y completa.

CR1.4 El asesoramiento se presta al cliente informándole sobre las opciones disponibles y aconsejándole, en función de sus preferencias y posibilidades, las que mejor se adaptan a sus necesidades y se facilitan por proveedores preferentes.

CR1.5 Los datos del cliente y de la información aportada se registran en el soporte previsto para ello en los casos en que resulta conveniente, efectuando un seguimiento con el objetivo de lograr la venta.

CR1.6 La comunicación con los clientes es fluida, utilizando el medio más eficaz para poder conseguir una buena interacción y comprensión en la comunicación.

RP2: Vender servicios y productos turísticos satisfaciendo las necesidades del cliente y obteniendo ingresos y rendimientos óptimos para la empresa.

CR2.1 Se presta la atención debida al cliente, identificado sus motivaciones

CR2.2 Los datos del cliente y de los servicios o productos requeridos por él se registran en el soporte previsto para ello.

CR2.3 Los soportes informativos y los medios de acceso a la información se utilizan de forma eficiente a fin de determinar las opciones disponibles.

CR2.4 Los precios o tarifas, así como los cargos adicionales aplicables, se concretan debidamente.

CR2.5 En el proceso de venta se presta asesoramiento al cliente, informándole sobre las opciones disponibles y aconsejándole, en función de sus preferencias y posibilidades, las que mejor se adaptan a sus necesidades y se facilitan por proveedores preferentes.

CR2.6 La reserva de los servicios o productos se gestiona de forma eficaz, informando al cliente del resultado y, en los casos de no-confirmación, reiniciando la interacción con el cliente para ofertarle opciones alternativas adecuadas.

CR2.7 Las situaciones que puedan plantearse, en los casos en que deba esperarse respuesta a la solicitud de reserva, se notifican al cliente, efectuando el correspondiente seguimiento e informando a éste en los plazos acordados.

CR2.8 Todos los datos de las reservas solicitadas o confirmadas se registran en el soporte previsto para ello, determinando y notificando al cliente las fechas límite para la emisión de los documentos de confirmación o pago de los servicios.

CR2.9 La comunicación con los clientes es fluida, utilizando el medio más eficaz para poder conseguir una buena interacción y comprensión en la comunicación.

RP3: Emitir los documentos de confirmación y pago que acrediten convenientemente el derecho del cliente a recibir los servicios reservados a su favor.

CR3.1 Los importes que debe pagar el cliente en concepto de depósito o anticipo se notifican a éste, confirmando la modalidad de pago que va a utilizar.

CR3.2 Los documentos que debe completar para cada servicio o producto vendido se seleccionan convenientemente, determinando los datos que debe incluir en cada documento y procediendo a su formalización o emisión.

CR3.3 Las copias de los documentos formalizados o emitidos se distribuyen a los destinos determinados, estableciendo referencias con los soportes de la venta y con otros documentos previstos en los correspondientes procedimientos.

CR3.4 La documentación complementaria que debe adjuntarse a los documentos emitidos se escoge, seleccionando el material previsto por los proveedores o determinado en el procedimiento para su entrega al cliente.

CR3.5 La documentación y el material adicional se entrega o envía el cliente en los plazos y términos fijados o acordados con el mismo.

CR3.6 El registro de la venta y de otra documentación administrativa prevista en el respectivo procedimiento se completa debidamente, procediendo al cierre del mismo y a la distribución de sus copias según lo establecido.

CR3.7 La comunicación con los clientes es fluida, utilizando el medio más eficaz para poder conseguir una buena interacción y comprensión en la comunicación

RP4: Promocionar la oferta de servicios de la entidad entre sus clientes actuales y potenciales despertando el interés de compra y procurando la fidelización de los clientes.

CR4.1 La información sobre los clientes actuales y potenciales se obtiene eficazmente, creando bases de datos de los mismos e incorporando información sobre sus preferencias, demandas, niveles de gasto y otra de interés comercial.

CR4.2 La oferta de servicios y la política y directrices comerciales de la entidad, en relación con los competidores, se conoce suficientemente, determinando sus diferenciales positivos y posición competitiva.

CR4.3 Las acciones promocionales encaminadas a fidelizar a los clientes actuales y a captar nuevos clientes se diseñan y programan, desarrollando los elementos de soporte para las mismas.

CR4.4 Las acciones de promoción se ejecutan, efectuando un seguimiento de las mismas, evaluando su resultado y confeccionando los informes correspondientes.

CR4.5 Los acuerdos de prestación de servicios se proponen y negocian con clientes actuales o potenciales, dentro del marco de la política y directrices comerciales de la entidad y de su ámbito de responsabilidad.

CR 4.6 Los elementos de promoción se disponen convenientemente, organizando las zonas de exposición con criterios de dinamismo y de atracción para los viandantes y visitantes.

RP5: Participar en la mejora de la calidad de los procesos y servicios de la unidad y entidad en que trabaja para elevar los estándares establecidos y el nivel de satisfacción de los clientes.

CR5.1 El trabajo se realiza cumpliendo o superando los estándares de calidad, conforme a los procedimientos e instrucciones establecidos y logrando la satisfacción de las expectativas de los clientes.

CR5.2 Su conocimiento directo acerca de los clientes y sus expectativas, así como sobre las condiciones potencialmente adversas a la calidad, se aporta a su supervisor o a la dirección de la entidad, efectuando sugerencias de mejora.

CR5.3 Los clientes son requeridos para que manifiesten su satisfacción o insatisfacción con los servicios recibidos, entregándoles cuestionarios de satisfacción y motivándolos para rellenarlos.

CR5.4 Las quejas o reclamaciones de los clientes se atienden con amabilidad, eficacia y máxima discreción, siguiendo el procedimiento establecido, cumpliendo la normativa vigente y tomando las medidas oportunas para su resolución y satisfacción de los mismos.

CR5.5 La comunicación con los clientes es fluida, utilizando el medio más eficaz para poder conseguir una buena interacción y comprensión en la comunicación.

Contexto profesional

Medios de producción y/o creación de servicios

Terminales de sistemas globales de distribución (GDS). Ordenadores con aplicaciones informáticas de gestión y con conexión a Internet. Impresoras. Aparatos telefax. Teléfonos. Documentos de tráfico y bonos (propios y de proveedores). Impresos y documentos administrativos (propios y de proveedores). Documentación informativa. Material promocional y de soporte a la documentación emitida. Material de oficina diverso

Productos o resultado del trabajo

Intermedios: Mensajes de solicitud de reserva y reconfirmación y modificaciones o cancelaciones de servicios formalizados y enviados. Información complementaria diversa

(descripción de servicios y establecimientos, información sobre destinos, productos y servicios, etc.) formalizada y trasladada. Notas de cargo y crédito (facturas, abonos, etc.) formalizadas. Registros y expedientes formalizados. Documentos internos y externos referenciados, controlados y archivados.

Finales: Información y asesoramiento sobre destinos, productos y servicios turísticos prestados. Ventas de derechos de uso de servicios turísticos y de viajes efectuadas. Documentos de pago o confirmación de servicios (billetes aéreos, marítimos y de ferrocarril, bonos de autos de alquiler, bonos de hotel, bonos de tour-operadores, boletines y mensajes de confirmación, etc.) emitidos o enviados.

Información utilizada o generada

Información impresa, en soportes magnéticos y en páginas Web sobre:

- Destinos, productos y servicios turísticos.
- Precios y tarifas.
- Requisitos exigibles y normativas aplicables a los viajeros nacionales e internacionales.
- Normativa de proveedores y prestatarios de servicios.
- Normativa interna de la empresa.

Soportes:

- De información externa: guías, horarios, tarifarios, catálogos, directorios, manuales operativos, manuales de venta, manuales de emisión de documentos, etc.
- De información interna: instrucciones, órdenes, memorandos, circulares, memorias, informes, guías, manuales, etc.

Unidad de competencia 2

Denominación: DESARROLLAR LA GESTIÓN ECONÓMICO-ADMINISTRATIVA DE AGENCIAS DE VIAJES

Nivel: 2

Código: UC0267_2

Realizaciones profesionales y criterios de realización

RP1: Controlar los documentos y material y confeccionar partes e informes de venta para evitar costes innecesarios.

CR1.1 Las necesidades de documentos y material se determinan y se efectúan los pedidos correspondientes.

CR1.2 Los documentos y material recibidos se controlan, registran, clasifican y almacenan, siguiendo las instrucciones y normas de los proveedores y de la entidad.

CR1.3 Los documentos y material necesarios se entregan a las personas que han de utilizarlos, retirando, al final de la jornada, los excedentes.

CR1.4 Los documentos emitidos se controlan, comprobando su ingreso en los soportes de ventas y en los registros de inventario.

CR1.5 Los partes de ventas se confeccionan y remiten, de acuerdo con los procedimientos establecidos por los proveedores, adjuntando a los mismos copias o cupones contables de los documentos emitidos.

CR1.6 Las medidas necesarias para evitar pérdidas, robos y fraudes se adoptan, aplicando los procedimientos de seguridad establecidos y notificando a sus superiores las incidencias detectadas.

RP2: Facturar, abonar y liquidar cargos o créditos de clientes de forma precisa.

CR2.1 Los albaranes y facturas con cargo a clientes se originan como consecuencia de las ventas efectuadas.

CR2.2 Los anticipos o saldos debidos se cobran a los clientes, formalizando los documentos contables previstos en los procedimientos.

CR2.3 Las solicitudes de devolución por servicios no disfrutados y ya cargados o cobrados se atienden, gestionando de los proveedores su reembolso, y originando las notas de abono o efectuando su reintegro en efectivo.

CR2.4 Las copias de los documentos originados se distribuyen y, además, se archivan o remiten, en la forma establecida en los correspondientes procedimientos.

RP3: Controlar las cuentas de clientes con crédito y gestionar el cobro de los importes vencidos para evitar desajustes económicos.

CR3.1 Las relaciones periódicas de facturas y abonos se elaboran y remiten a los clientes.

CR3.2 La evolución de las cuentas de los clientes se controla debidamente, comprobando que sus saldos se encuentran dentro los límites autorizados.

CR3.3 Las cuentas de crédito de clientes se analizan para determinar el volumen, la composición y la evolución de sus compras, emitiendo los informes pertinentes.

CR3.4 El cobro de los saldos vencidos de las cuentas de crédito de clientes se gestiona, resolviendo discrepancias, cobrando los importes debidos, extendiendo los documentos acreditativos de los pagos y efectuando los correspondientes apuntes.

CR3.5 Se informa sobre las incidencias habidas, especialmente las referidas a los incumplimientos de pago por parte de clientes.

RP4: Controlar las liquidaciones y facturas de proveedores, resolviendo las discrepancias e incidencias contable-administrativas.

CR4.1 El archivo de documentos emitidos y de registro de operaciones se mantiene debidamente ordenado, actualizado y referenciado.

CR4.2 Las liquidaciones de ventas y facturas de proveedores se controla, informando de la conformidad para su pago o emitiendo el oportuno informe de incidencias.

CR4.3 Las solicitudes de regularización de cargos incorrectos se originan, remitiéndolas a los proveedores.

CR4.4 Los partes de incidencias y reclamaciones contables y administrativas, tanto internas como externas, se investigan, resuelven y, en su caso, contestan.

RP5: Efectuar operaciones varias de tesorería y controlar las cuentas de caja y bancos de forma precisa.

CR5.1 Las operaciones de compra de moneda extranjera y cheques de viajero se efectúan, determinando el contravalor que se deba pagar, aplicando la normativa vigente y formalizando los documentos y registros prescritos.

CR5.2 Ha ingresado los documentos de pago, dinero en efectivo, moneda extranjera y cheques de viajero se ingresan, remesando recibos con cargo a clientes.

CR5.3 Los pagos en efectivo, o a través de cuenta corriente bancaria, se efectúan recabando previamente la autorización pertinente y dentro de los límites establecidos.

CR5.4 Los impresos previstos para el registro de las operaciones de tesorería se completan, realizando los apuntes necesarios en libros y registros de caja y bancos, y archivando los documentos y comprobantes.

CR5.5 Los resúmenes de caja se confeccionan y las cuentas de caja y bancos se controlan, efectuando arqueos y cuadros y resolviendo e informando las diferencias halladas, de acuerdo con las instrucciones emitidas al respecto.

CR5.6 Las medidas de seguridad necesarias se adoptan para evitar robos y pérdidas.

Contexto profesional

Medios de producción y/o creación de servicios

Ordenadores con aplicaciones informáticas de gestión y con conexión a Internet. Impresoras. Aparatos telefax. Teléfonos. Impresos y documentos administrativos (propios y de proveedores). Material de oficina diverso

Productos o resultado del trabajo

Intermedios: Estados y listados de cuentas de clientes formalizados. Notas y solicitudes de regularización de incidencias formalizadas. Documentos administrativos varios originados por los procesos de ventas, reembolsos y otros, y que no implican la finalización de tales procesos (Ej. recibos de depósitos, recibos por documentos para reembolsar, etc.) formalizados y listados. Inventarios y arqueos efectuados y controlados. Remesas a entidades financieras de medios de pago de los clientes efectuadas.

Finales: Facturas y notas de abono a clientes formalizadas. Estados y listados de cuentas de clientes formalizados. Cobros efectuados y correspondientes comprobantes de cobro formalizados. Notas de reembolso de proveedores por servicios no utilizados formalizadas. Partes de ventas de proveedores formalizados. Pagos efectuados y consiguientes documentos de pago y recibos formalizados. Documentos internos de cargo/abono a otros departamentos y oficinas formalizados. Soportes de asientos contables hechos. Control de caja y bancos efectuado y consiguientes informes o registros formalizados. Reposición y control de existencias de material y documentos efectuados, y consiguientes registros formalizados. Control de las ventas y documentos emitidos efectuado.

Información utilizada o generada

La contenida en las aplicaciones informáticas de gestión. Normativa, procedimientos y métodos internos de la empresa. Información bancaria. Manuales operativos, instrucciones, órdenes, memorandos, circulares, memorias, informes, guías, etc. Documentos tales como partes e informes de venta, documentos de proveedores de servicios, albaranes, facturas, recibos, documentos contables, notas de abono, partes de incidencias, reclamaciones contables y administrativas, documentos y registros de las operaciones con moneda extranjera y cheques de viajero, impresos para el registro de operaciones de tesorería, resúmenes de caja.

Unidad de competencia 3

Denominación: GESTIONAR UNIDADES DE INFORMACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE OFERTA TURÍSTICA

Nivel: 3

Código: UC0268_3

Realizaciones profesionales y criterios de realización

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

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

CR1.2 Los objetivos de carácter particular para la unidad de su responsabilidad se

definen y se proponen a sus superiores.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Contexto profesional

Medios de producción y/o creación de servicios

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

Productos o resultado del trabajo

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

Información utilizada o generada

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

Unidad de competencia 4

Denominación: COMUNICARSE EN INGLÉS, CON UN NIVEL DE USUARIO INDEPENDIENTE, EN LAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS

Nivel: 2

Código: UC1057_2

Realizaciones profesionales y criterios de realización

RP1: Interpretar mensajes orales de complejidad media en inglés, expresados por los clientes y proveedores a velocidad normal en el ámbito de la actividad turística, con el objeto de prestar un servicio adecuado, conseguir la satisfacción del cliente, materializar las ventas e intercambiar información con otros profesionales de su ámbito.

CR1.1 La expresión oral del cliente o el profesional en inglés, empleando un lenguaje estándar se interpreta con precisión en situaciones predecibles tales como:

- Atención directa al cliente de agencias de viajes, alojamientos, oficinas de información turística o eventos y medios de transporte marítimo y ferroviario, a

- su llegada, durante su estancia y a su salida.
- Resolución de contingencias, situaciones de emergencia y deficiencias producidas durante la prestación de un servicio.
- Resolución de quejas y reclamaciones.
- Información y asesoramiento sobre destinos, servicios, productos, tarifas, viajes combinados, trayectos, paradas y escalas.
- Demanda de información variada por parte del cliente o profesional del sector.
- Atención a proveedores, agencias de viaje y profesionales.
- Gestión de reservas y otros servicios de agencias de viajes y alojamientos.
- Confirmación de los servicios contratados a los clientes y con los proveedores.
- Promoción de un establecimiento, viaje, evento o zona turística entre clientes actuales y potenciales.
- Venta u ofrecimiento de servicios y productos turísticos o promocionales.
- Negociación con clientes o profesionales del sector de acuerdos de prestación de servicios, colaboración o contratación.
- Información y formación para implantar sistemas de calidad turística.

CR1.2 La comprensión oral en inglés se produce adecuando la interpretación a los diferentes condicionantes que pueden afectar a la misma, tales como el medio de comunicación, presencial o telefónico, número y características de los emisores del mensaje, claridad de la pronunciación, costumbres en el uso de la lengua y tiempo del que se dispone para la interacción, y se interpreta en lo esencial, aunque existan distintos acentos, ruido ambiental, interferencias y distorsiones.

RP2: Interpretar, sin precisar un diccionario, documentos de complejidad media escritos en inglés, en el ámbito de la actividad turística, para obtener información, procesarla y llevar a cabo las acciones oportunas.

CR2.1 La documentación escrita en inglés referente a instrucciones, informes, manuales, publicidad, cartas, faxes, correos electrónicos y notas, se interpreta con detalle y agilidad en situaciones predecibles, tales como:

- Consulta de un manual de maquinaria, equipamiento o utensilio de la actividad turística.
- Consulta de un manual de aplicación informática.
- Petición de información, reservas y pedidos.
- Lectura de mensajes, cartas, faxes y correo electrónico.
- Información sobre destinos, servicios y precios.

CR2.2 La comprensión escrita en inglés se produce adecuando la interpretación a los condicionantes que la pueden afectar, tales como:

- El canal de la comunicación: fax, e-mail o carta.
- Costumbres en el uso de la lengua.
- Grafía deficiente.
- Impresión de baja calidad.

RP3: Expresar a clientes y proveedores en inglés, mensajes orales fluidos, de complejidad media, en el ámbito del turismo, en situaciones de comunicación presencial o a distancia, con el objeto de prestar un servicio adecuado, conseguir la satisfacción del cliente, materializar las ventas e intercambiar información.

CR3.1 La expresión oral en inglés se realiza produciendo mensajes coherentes que emplean un vocabulario amplio relacionado con la actividad y son emitidos con fluidez y espontaneidad en reuniones, recepciones y conversaciones referidas a situaciones propias de la actividad turística, tales como:

- Atención directa al cliente de agencias de viajes, alojamientos, oficinas de información turística, eventos y medios de transporte marítimo y ferroviario, a su llegada, durante su estancia y a su salida.
- Resolución de contingencias, situaciones de emergencia y deficiencias producidas durante la prestación de un servicio.

- Acompañamiento, asistencia e información al pasajero en medios de transporte marítimo y ferroviario.
- Resolución de quejas y reclamaciones.
- Información y asesoramiento sobre destinos, servicios, productos, tarifas, viajes combinados, trayectos, paradas y escalas.
- Demanda de información variada por parte del cliente o profesional del sector.
- Atención a proveedores, agencias de viaje y profesionales.
- Gestión de reservas y otros servicios de agencias de viajes y alojamientos.
- Confirmación de los servicios contratados a los clientes y con los proveedores.
- Promoción de un establecimiento, viaje, evento o zona turística entre clientes actuales y potenciales.
- Venta u ofrecimiento de servicios y productos turísticos o promocionales.
- Negociación con clientes o profesionales del sector de acuerdos de prestación de servicios, colaboración o contratación.

CR3.2 La expresión oral en inglés se produce atendiendo a los diferentes condicionantes que pueden afectar a la misma, tales como el medio de comunicación, presencial o telefónico, número y características de los interlocutores, costumbres en el uso de la lengua y tiempo del que se dispone para la interacción, aunque exista ruido ambiental, interferencias y distorsiones.

RP4: Producir en inglés, documentos escritos de complejidad media, correctos gramatical y ortográficamente, necesarios para el cumplimiento eficaz de su cometido y para garantizar los acuerdos propios de su actividad, utilizando un vocabulario amplio propio de su ámbito profesional.

CR4.1 La expresión escrita en inglés se realiza cumplimentando o produciendo instrucciones, cartas, faxes, correos electrónicos y notas coherentes, inteligibles y correctas en la gramática y ortografía, referidos a situaciones propias de la actividad turística, tales como:

- Redacción de información de interés general para el cliente, tales como horarios, fechas y precios.
- Notificación de avisos para clientes de un evento.
- Redacción y cumplimentación de documentos relacionados con la gestión y comercialización de una agencia de viajes u oficina de información turística.
- Realización de reservas y venta de servicios y productos turísticos.
- Atención por escrito de demandas informativas de clientes o profesionales del sector.
- Gestión de reservas y confirmación de servicios por escrito.
- Resolución de quejas y reclamaciones por escrito.
- Formalización de documentos de control, contratos y bonos.
- Elaboración de informes.
- Solicitudes por escrito de información a clientes, proveedores y profesionales del sector.
- Información básica sobre eventos en restauración, como fecha, lugar y precio.

CR4.2 La expresión escrita en inglés se produce atendiendo a los diferentes condicionantes que pueden afectar a la misma, tales como:

- Comunicación formal o informal.
- Costumbres en el uso de la lengua.
- Canal de comunicación.
- Características de los receptores del mensaje.
- Calidad de la impresión o de la grafía.

RP5: Comunicarse oralmente con espontaneidad con uno o varios clientes o proveedores en inglés, en la prestación de servicios turísticos.

CR5.1 La interacción en inglés se realiza produciendo e interpretando los mensajes orales de uno o varios interlocutores, expresados con fluidez en situaciones propias

de la actividad turística, tales como:

- Atención directa al cliente de agencias de viajes, alojamientos, oficinas de información turística o eventos y medios de transporte marítimo y ferroviario, a su llegada, durante su estancia y a su salida.
- Resolución de contingencias, situaciones de emergencia y deficiencias producidas durante la prestación de un servicio.
- Resolución de quejas y reclamaciones.
- Información y asesoramiento sobre destinos, servicios, productos, tarifas, viajes combinados, trayectos, paradas y escalas.
- Demanda de información variada por parte del cliente o profesional del sector.
- Atención a proveedores, agencias de viaje y profesionales.
- Gestión de reservas y otros servicios de agencias de viajes y alojamientos.
- Confirmación de los servicios contratados a los clientes y con los proveedores.
- Promoción de un establecimiento, viaje, evento o zona turística entre clientes actuales y potenciales.
- Venta u ofrecimiento de servicios y productos turísticos o promocionales.
- Negociación con clientes o profesionales del sector de acuerdos de prestación de servicios, colaboración o contratación.
- Comunicación y coordinación con los representantes y técnicos de los servicios encargados del desarrollo de las actividades de ocio complementarias fuera del establecimiento.

CR5.2 La interacción en inglés se produce, si se emplea un lenguaje estándar, atendiendo a los diferentes condicionantes que pueden afectar a la misma, tales como el medio de comunicación, presencial o telefónico, número y características de los interlocutores, costumbres en el uso de la lengua, claridad de la pronunciación y tiempo del que se dispone para la interacción, aunque existan distintos acentos, ruido ambiental, interferencias y distorsiones.

Contexto profesional

Medios de producción y/o creación de servicios

Equipos informáticos, impresora, teléfono y fax. Aplicaciones informáticas. Material de turismo. Diccionario. Material de oficina.

Productos o resultado del trabajo

Comunicación interactiva independiente con clientes y profesionales del sector en inglés para la prestación de servicios turísticos, gestión y comercialización de los establecimientos, venta de servicios y destinos turísticos y negociaciones con clientes y proveedores. Interpretación de documentos profesionales y técnicos, relacionados con la actividad turística.

Información utilizada o generada

Manuales de lengua inglesa sobre gramática, usos y expresiones. Diccionarios monolingües, bilingües, de sinónimos y antónimos. Publicaciones diversas en inglés: manuales de turismo, catálogos, periódicos, revistas especializadas en eventos y oficinas turísticas. Manuales de cultura de los angloparlantes de diversas procedencias.

III. FORMACIÓN DEL CERTIFICADO DE PROFESIONALIDAD

MÓDULO FORMATIVO 1

Denominación: PROMOCIÓN Y VENTA DE SERVICIOS TURÍSTICOS

Código: MF0266_3

Nivel de cualificación profesional: 3

Asociado a la unidad de competencia:

UC0266_3 Vender servicios turísticos y viajes

Duración: 250 horas

UNIDAD FORMATIVA 1

Denominación: PRODUCTOS, SERVICIOS Y DESTINOS TURISTICOS

Código: UF0073

Duración: 90 horas

Referente de competencia: Esta unidad formativa se corresponde con la RP1 exceptuando el tratamiento informatizado de la información

Capacidades y criterios de evaluación

C1: Analizar la evolución del concepto de turismo, identificando los elementos que componen el sistema turístico.

CE1.1 Explicar la evolución del concepto de turismo a lo largo del tiempo.

CE1.2 Describir el sistema turístico e identificar los elementos que lo componen.

CE1.3 Identificar y explicar los factores que influyen en la demanda turística individual y en la demanda turística agregada a un destino turístico.

CE1.4 Reconocer y clasificar los componentes de la oferta turística, y explicar las características de los distintos servicios y productos turísticos.

CE1.5 Describir las variables que determinan la evolución y tendencias de la demanda y de la oferta turísticas.

CE1.6 Reconocer los segmentos de la demanda del mercado turístico actual y describir sus características.

CE1.7 Identificar y clasificar los medios de transporte, comparando y evaluando sus características diferenciales desde el punto de vista de la demanda.

C2: Analizar el mercado turístico identificando los destinos turísticos nacionales e internacionales más relevantes.

CE2.1 Estimar la situación del mercado turístico nacional e internacional.

CE2.2 Identificar y describir los principales destinos turísticos nacionales teniendo en cuenta:

- Tipología de su producto.
- Potencial de su demanda.

CE2.3 Reconocer y describir los principales destinos turísticos internacionales teniendo en cuenta:

- Tipología de su producto.
- Potencial de su demanda.

CE2.4 Describir los flujos turísticos actuales y justificar la situación en el mercado de los diferentes destinos turísticos con relación a los segmentos de la demanda turística.

CE2.5 Identificar a los oferentes más significativos del mercado turístico nacional e internacional, y describir las características de sus respectivas ofertas.

CE2.6 Explicar las características del turismo sostenible y describir sus factores determinantes.

Contenidos

1. El Turismo y la estructura del mercado turístico

- Concepto de Turismo. Evolución del concepto de Turismo.
- El sistema turístico. Partes o subsistemas.
- La demanda turística. Tipos de demanda turística. Factores que determinan la demanda turística individual y agregada.
- La oferta turística. Componentes de la oferta turística.
- Evolución histórica del turismo. Situación y tendencias.
- Análisis de la oferta y comportamiento de la demanda turística española: destinos y productos asociados.
- Análisis de la oferta y comportamiento de la demanda internacional: destinos relevantes y productos asociados.

2. El alojamiento como componente del producto turístico

- La hostelería. Los establecimientos de alojamiento. Clasificaciones y características.
- Relaciones entre las empresas de alojamiento y las agencias de viajes y *tour*-operadores.
- Principales proveedores de alojamiento.
- Tipos de unidades de alojamiento y modalidades de estancia. Tipos de tarifas y condiciones de aplicación. Cadenas hoteleras. Centrales de reservas

3. El transporte como componente del producto turístico

- Transporte por carretera
 - Vías de comunicación
 - Alquiler de automóviles
 - Servicios de autocares
 - Principales compañías
- Transporte por ferrocarril
 - Tipos de trenes
 - Principales líneas de ferrocarriles
 - Emisión de billetes de transporte de ferrocarril
 - Principales compañías
- Transporte acuático
 - Características
 - Puertos .Clasificación
 - modalidades y servicios en los transportes marítimos
 - Características y clases de barcos
 - Principales compañías navieras
 - Los cruceros: compañías, rutas, tarifas
- Transporte aéreo
 - Tipos y funciones de las compañías aéreas
 - Transporte aéreo comercial
 - Compañías aéreas regulares
 - Tipos de servicios

4. Otros elementos y componentes de los viajes combinados, excursiones o traslados

- El transporte discrecional en autocar. Relaciones. Tarifas. Contrastes. Normativa.
- El alquiler de automóviles con y sin conductor. Tarifas. Seguros. Procedimientos de reservas. Bonos y boletines de presentación. El viaje combinado *fly-drive*.
- Los cruceros marítimos y fluviales y sus características. Tipos. Tarifas. Prestaciones. Reservas.

- Los servicios de acompañamiento y asistencia turística. El servicio de guía turístico.
- Los seguros de viaje y los contratos de asistencia en viaje. Gestión de visados y otra documentación requerida para los viajes.

5. Principales destinos turísticos nacionales

- Turismo de sol y playa
 - El producto sol y playa
 - Análisis del turista de sol y playa
 - Las playas españolas
 - Costas peninsulares
- Turismo de naturaleza y turismo activo
 - Ecoturismo. Turismo rural
 - Los parques nacionales y naturales
 - Actividades terrestres, acuáticas, aéreas, mixtas y de multiaventura
 - Productos turísticos unidos a deportes de aventura y a deportes tradicionales
 - Análisis de la demanda
- Turismo cultural y religioso
 - Patrimonio cultural y religioso de España
 - Destinos e itinerarios del producto cultural y religioso. Imagen y comercialización
 - Análisis de la demanda
- Turismo profesional
 - Turismo profesional en España
 - Principales destinos
 - Análisis de la demanda del turismo profesional
- Turismo social y de salud
 - Turismo de salud y belleza: aguas termales y balnearios
 - Turismo social
 - Turismo de idiomas, temático y residencial
 - Análisis de la demanda del turismo social y de salud

6. Principales destinos turísticos internacionales

- Europa
 - Importancia y evolución del turismo en Europa
 - Las grandes ciudades europeas
 - Destinos de costa
 - Análisis de la demanda de turismo de Europa
- África
 - Geografía, economía y sociedad
 - Principales destinos turísticos en África: desierto, safaris, islas y playas
 - Análisis de la demanda
- América del Norte
 - Geografía, economía y sociedad
 - Ciudades de América del Norte.
 - Destinos de naturaleza
 - Análisis de la demanda
- América Central y América del Sur
 - Geografía, economía y sociedad
 - Ciudades
 - Destinos naturales
 - Suramérica
 - Destinos culturales
 - Destinos arqueológicos
 - Turismo activo

- Análisis de la demanda
- Asia
 - Geografía, economía y sociedad
 - Oriente Próximo
 - Oriente Medio y Asia central
 - Asia meridional
 - Sudeste asiático
 - China y Extremo Oriente
 - Análisis de la demanda
- Oceanía
 - Principales destinos turísticos en Oceanía: Australia, Nueva Zelanda e Islas del Pacífico
 - Destinos especiales
 - Análisis de la demanda

UNIDAD FORMATIVA 2

Denominación: ASESORAMIENTO, VENTA Y COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS Y SERVICIOS TURÍSTICOS

Código: UF0078

Duración: 90 horas

Referente de competencia: Esta unidad de competencia se corresponde con las RP2, RP3, RP4 y RP5 completas, exceptuando los criterios referidos al tratamiento informatizado de la información y la atención al cliente.

Capacidades y criterios de evaluación

C1: Analizar la distribución turística y las entidades y medios que la configuran, estimando su evolución e incidencia de las nuevas tecnologías.

CE1.1 Explicar las particularidades de la distribución turística y relacionar los diferentes soportes y operadores que facilitan dicha distribución, explicando sus características.

CE1.2 Estimar la incidencia de las nuevas tecnologías en la distribución turística y describir su situación actual y tendencias.

CE1.3 Describir las funciones y características de las agencias de viajes en general, y clasificar y caracterizar los diferentes tipos de agencias de viajes.

CE1.4 Identificar los servicios y productos turísticos en cuya distribución participan las agencias de viajes y describir las características de su venta y de las relaciones que se producen con sus prestatarios / proveedores.

CE1.5 Identificar a otras entidades de distribución turística (centrales de reservas, sistemas globales de distribución, etc.)

CE1.6 Explicar la distribución turística en Internet, señalando sus características y aplicaciones, e identificar e interpretar la oferta en páginas Web de prestatarios e intermediarios turísticos

C2: Analizar las relaciones comerciales, operativas y contractuales de las agencias de viajes y tour-operadores con los diferentes proveedores de servicios turísticos.

CE2.1 Describir y explicar las relaciones que mantienen los proveedores de servicios turísticos con las agencias de viajes y tour-operadores, analizando los diferentes procesos que en tales relaciones se producen, e identificando y aplicando, en su caso, las normativas, convenios o usos que las regulan.

CE2.2 Identificar a los proveedores de servicios y acceder a sus ofertas obteniendo

la información necesaria sobre las características de los servicios y sus precios o tarifas, utilizando para ello los soportes, manuales o tarifarios, entre otros y los medios de acceso a la información, disponibles para ello, y aplicar criterios de selección debidamente fundamentados.

CE2.3 Confeccionar documentos o mensajes de petición de cotizaciones o reserva de servicios, y elaborar y cumplimentar contratos para distintos tipos de servicios, incluyendo contratos de fletamento de medios de transporte, contratos de contingente en establecimientos de alojamiento y otros.

CE2.4 Describir las relaciones y situaciones que se producen en las interacciones entre el personal de las agencias de viajes y el personal de los proveedores y prestatarios de servicios, clasificando los tipos de comportamiento que se originan en escenarios de negociación, contratación, operaciones y conflictos, identificando las técnicas de comunicación y negociación adecuadas a cada caso y circunstancia.

CE2.5 En supuestos prácticos de relaciones con proveedores de servicios en circunstancias y escenarios diversos:

- Aplicar las técnicas de comunicación y negociación adecuadas.
- Facilitar la solución de conflictos entre las partes mediante planteamientos adecuados.

C3: Analizar los procesos de información, asesoramiento y venta, estimando su importancia para el logro de los objetivos empresariales

CE3.1 Distinguir y analizar los procesos de información y ventas que se producen en las agencias de viajes y otras entidades de distribución.

CE3.2 Identificar y acceder a las ofertas de servicios y de productos (transportes, viajes combinados, cruceros, excursiones, etc.) y seleccionar la información necesaria para el asesoramiento o la venta,

CE3.3 Determinar tarifas para cualquier medio de transporte, tanto para trayectos nacionales como internacionales, calculando correctamente el precio final y emitiendo la documentación correspondiente.

CE3.4 Seleccionar proveedores y determinar los medios de gestión adecuados para formalizar las reservas de servicios y productos en las diversas circunstancias que puedan producirse, y aplicar los procedimientos adecuados según la naturaleza del proveedor y el tipo de servicio.

C4: Desarrollar los procesos de ventas y reservas de transportes, viajes combinados, excursiones y traslados, y aplicar los procedimientos establecidos

CE4.1 Reconocer los diferentes soportes y canales de solicitud de reservas existentes.

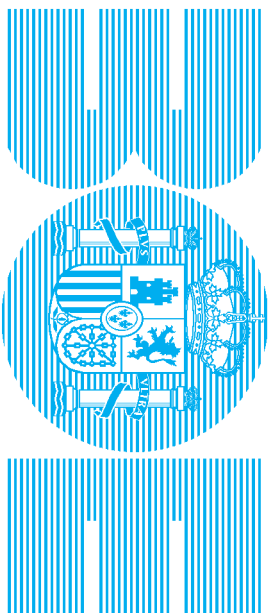
CE4.2 Explicar el proceso de ventas de los transportes viajes combinados y excursiones, caracterizando sus fases e identificando técnicas y recursos, difusión y distribución de la oferta.

- Peticiones de reservas.
- Información, control de disponibilidad y venta.
- Registro.
- Gestiones con proveedores, tales como fueras de cupo, notificaciones de ventas, reconfirmaciones y peticiones especiales.
- Seguimiento de reservas, confirmaciones y oferta de alternativas.
- Emisión de documentación.

CE4.3 Explicar el proceso de reserva de traslados, caracterizando sus fases e identificando técnicas y recursos: peticiones de reservas, registro y gestiones con proveedores.

CE4.4 En supuestos prácticos de solicitudes de reservas de transportes, viajes combinados, excursiones o traslados:

- Atender solicitudes de reserva identificando la información que debe requerirse



BOLETÍN OFICIAL DEL ESTADO

AÑO CCCXLVIII

• SÁBADO 6 DE SEPTIEMBRE DE 2008

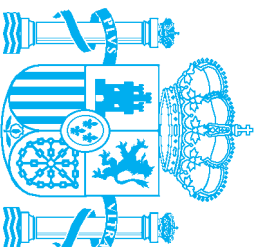
• NÚMERO 216

FASCÍCULO SEGUNDO

REAL DECRETO 1376/2008, DE 1 DE AGOSTO, POR EL QUE SE ESTABLECEN DIEZ CERTIFICADOS DE PROFESIONALIDAD DE LA FAMILIA PROFESIONAL HOSTELERÍA Y TURISMO QUE SE INCLUYEN EN EL REPERTORIO NACIONAL DE CERTIFICADOS DE PROFESIONALIDAD

ANEXO VIII

(Continuación)



MINISTERIO
DE LA PRESIDENCIA

- al cliente.
- Comprobar la disponibilidad de plazas y argumentar en función de la situación planteada, ofreciendo alternativas en caso necesario, con el fin de lograr la venta.
- Efectuar el registro de los datos en el soporte elegido y redactar mensajes de solicitud de confirmación de servicios a proveedores.
- Informar al cliente de la situación de la reserva reconfirmando sus términos, precios y servicios.

C5: Desarrollar acciones promocionales aplicables en agencias de viajes y describir y aplicar técnicas de promoción de ventas y de negociación, estimando su importancia para el logro de los objetivos empresariales

CE5.1 Definir segmentos de la demanda e identificar fuentes de información que permitan identificar a sus componentes.

CE5.2 Crear ficheros de clientes actuales y potenciales en los que se puedan incluir los datos relevantes para los objetivos de promoción de ventas y otras acciones de marketing.

CE5.3 Identificar los elementos caracterizadores de servicios y productos, y efectuar comparaciones de las que se deduzcan diferenciales positivos o negativos.

CE5.4 Describir las técnicas de promoción de ventas, definir acciones promocionales y desarrollar los soportes correspondientes (cronogramas, fichas de visitas, argumentarios, etc.).

CE5.5 Describir técnicas de negociación y aplicarlas en situaciones suficientemente caracterizadas.

CE5.6 Reconocer y describir las técnicas de merchandising aplicables en las agencias de viajes y otras entidades de distribución.

CE5.7 Actuar con creatividad e imaginación en la formulación y desarrollo de propuestas personales de acciones promocionales.

Contenidos

1. La distribución turística

- Concepto de distribución de servicios.
 - Características diferenciales de la distribución turística.
 - Intermediarios turísticos.
 - Procesos de distribución de los diferentes servicios y productos turísticos.
- Las agencias de viajes.
 - Funciones que realizan.
 - Tipos de agencias de viajes.
 - Estructuras organizativas de las distintas agencias de viajes.
- Normativas y reglamentos reguladores de la actividad de las agencias de viajes.
 - La ley de Viajes Combinados.
- Las centrales de reservas.
 - Tipos y características
- Análisis de la distribución turística en el mercado nacional e internacional.
- Análisis de las motivaciones turísticas y de los productos turísticos derivado.
- Las centrales de reservas. Tipos y características. Los sistemas globales de distribución o GDS.

2. La venta de alojamiento

- Relaciones entre las empresas de alojamiento y las agencias de viajes:
 - Los códigos de prácticas de la AIHR (Asociación Internacional de Hoteles y Restaurantes) y de la FUAHV (Federación Universal de Agencias de Viajes).
 - Acuerdos y contratos.
 - Tipos de retribución en la venta de alojamiento.

- Fuentes informativas de la oferta de alojamiento:
 - Identificación y uso.
- Reservas directas e indirectas:
 - Configuraciones del canal en la venta de alojamiento.
- Tipos de tarifas y condiciones de aplicación.
- Bonos de alojamiento:
 - Tipos y características.
- Principales proveedores de alojamiento:
 - Cadenas hoteleras y centrales de reservas.

3. La venta de transporte

- El transporte aéreo regular. Principales compañías aéreas. Relaciones con las agencias de viajes y *tour*-operadores. Tipos de viajes aéreos. Tarifas: tipos. Fuentes informativas del transporte aéreo regular.
- El transporte aéreo charter. Compañías aéreas charter y brokers aéreos. Tipos de operaciones charter. Relaciones. Tarifas
- El transporte por carretera regular. Principales compañías. Relaciones con las agencias de viajes y *tour*-operadores. Tarifas: tipos. Fuentes informativas del transporte pro carretera.
- El transporte marítimo regular. Principales compañías. Relaciones con las agencias de viajes y *tour*-operadores. Tipos de viajes. Tarifas: tipos. Fuentes informativas del transporte marítimo regular.
- El transporte marítimo charter. Compañías marítimas charter. Relaciones. Tarifas

4. La venta de viajes combinados

- El producto turístico integrado.
 - Tipos de viajes combinados.
 - Los cruceros.
 - Tendencias del mercado.
- Relaciones entre *tour*-operadores y agencias de viajes minoristas.
 - Términos de retribución.
 - Manejo de programas y folletos.
- Procedimientos de reservas.
 - Emisión de bonos y formalización de contratos de viajes combinados.
- Principales *tour*-operadores nacionales e internacionales.
 - Grupos turísticos y procesos de integración.

5. Otras ventas y servicios de las agencias de viajes

- La venta de autos de alquiler.
 - Tarifas y bonos.
- La venta de seguros de viaje y contratos de asistencia en viaje.
- La venta de excursiones.
- Información sobre requisitos a los viajeros internacionales.
- Gestión de visados y otra documentación requerida para los viajes.
- Aplicación de cargos por gestión

6. El Marketing y la promoción de ventas en las entidades de distribución turística.

- Concepto de Marketing.
 - El "Marketing" de servicios.
 - Especificidades.
- Segmentación del mercado.
 - El "mercado objetivo".
- El Marketing Mix.
 - Elementos.
 - Estrategias.

- Políticas y directrices de marketing.
- El Plan de Marketing.
 - Características.
 - Fases de la de marketing.
 - Planificación de medios.
 - Elaboración del plan
- Marketing directo.
 - Técnicas.
 - Argumentarios.
- Planes de promoción de ventas.
 - La promoción de ventas en las agencias de viajes.
 - La figura del promotor de ventas y su cometido.
 - Programación y temporalización de las acciones de promoción de ventas.
 - Obtención de información sobre clientes y creación de bases de datos de clientes actuales y potenciales.
 - Normativa legal sobre bases de datos personales.
 - Diseño de soportes para el control y análisis de las actividades de promoción de ventas.
 - Decisores y prescriptores.
- El merchandising.
 - Elementos de merchandising propios de la distribución turística.
 - Utilización del merchandising en las agencias de viajes.

7. Internet como canal de distribución turística

- Las agencias de viajes virtuales:
 - Evolución y características de la distribución turística en Internet.
 - El dominio de la demanda.
 - Estructura y funcionamiento.
 - La venta en el último minuto.
- Las relaciones comerciales a través de Internet: (B2B, B2C, B2A)
- Utilidades de los sistemas online:
 - Navegadores: Uso de los principales navegadores.
 - Correo electrónico, Mensajería instantánea.
 - Teletrabajo.
 - Listas de distribución y otras utilidades: gestión de la relación con los turistas on line.
- Modelos de distribución turística a través de Internet.
 - Ventajas.
 - Tipos.
 - Eficiencia y eficacia.
- Servidores online
- Coste y rentabilidad de la distribución turística on-line.

8. Páginas web de distribución turística y portales turísticos

- El internauta como turista potencial y real.
- Criterios comerciales en el diseño comercial de sitios de distribución turística
- Medios de pago en Internet:
- Conflictos y reclamaciones on line de clientes

UNIDAD FORMATIVA 3

Denominación: GESTIÓN DE SISTEMAS DE DISTRIBUCIÓN GLOBAL (G.D.S.)

Código: UF0079

Duración: 40 horas

Referente de competencia: Esta unidad formativa se corresponde con las RP2, RP3, RP4 y RP5 en todos los criterios referidos al tratamiento informatizado de la información.

Capacidades y criterios de evaluación

- C1. Utilizar los soportes informáticos de uso habitual en el sector.
- CE1.1 Utilizar programas informáticos de gestión de reservas o CRS, sistemas de distribución global o GDS
 - CE1.2 Utilizar programas de gestión de agencias de viajes o de "front office" habituales en el sector y programas informáticos de tratamiento de texto.
 - CE1.3 En supuestos prácticos de solicitudes de reservas de transportes, viajes combinados, excursiones o traslados, y utilizando soportes y recursos tecnológicos:
 - Atender solicitudes de reserva identificando la información que debe requerirse al cliente y localizándola con los soportes adecuados.
 - Efectuar los cálculos de precios y tarifas mediante la información proporcionada por los sistemas de gestión
 - Comprobar la disponibilidad de plazas mediante el sistema informático y argumentar en función de la situación planteada, ofreciendo alternativas en caso necesario, con el fin de lograr la venta.
 - Efectuar el registro de los datos en el soporte elegido y redactar mensajes de solicitud de confirmación de servicios a proveedores utilizando igualmente soportes informatizados
 - Informar al cliente de la situación de la reserva reconfirmando sus términos, precios y servicios comparándolos con los proporcionados por el sistema.
 - Efectuar la emisión de los títulos de transporte y del resto de documentación necesaria para el viaje mediante los soportes adecuados

Contenidos

1. Utilización de terminales de sistemas de distribución (GDS) y de aplicaciones informáticas de gestión de agencias de viajes

- Los sistemas globales de distribución (GDS).
 - Estructura y funcionamiento.
 - Consulta, reserva, venta y emisión de documentos en tiempo real para los servicios de los proveedores de transportes aéreos, ferroviarios, marítimos, cadenas hoteleras, mayoristas y demás prestatarios turísticos
- La distribución turística en Internet.
 - Las agencias de viajes virtuales.
 - Páginas Web y portales turísticos.
- Programas de ventas o "front office"
- Gestión de expedientes de servicios, hojas de cotización, fichas de clientes, bonos, etc.

UNIDAD FORMATIVA 4

Denominación: COMUNICACIÓN Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN HOSTELERÍA Y TURISMO

Código: UF0042

Duración: 30 horas

Referente de competencia: Esta unidad formativa se corresponde con las RP1, RP2, RP3 y RP5 en lo referido a la comunicación y atención al cliente y la RP5 completa.

Capacidades y criterios de evaluación

C1: Aplicar técnicas y habilidades de comunicación y atención al cliente de uso común en establecimientos turísticos, a fin de satisfacer sus expectativas y materializar futuras ventas.

- CE1.1 Definir los factores que determinan las diferentes tipologías de clientes.
- CE1.2 Interpretar normas de actuación en función de la tipología de clientes.
- CE1.3 Distinguir modalidades de atención al cliente, según se trate de:
 - Contacto directo comunicación cara a cara.
 - Contacto no directo a través de teléfono, correo y otras.
- CE1.4 Relacionar el uso de las técnicas y habilidades de comunicación con las diferentes situaciones de atención e información más habituales en establecimientos de hostelería y turismo.
- CE1.5 Identificar las etapas y los factores clave para obtener la satisfacción del cliente, describiendo los procedimientos y técnicas de comunicación más usuales.
- CE1.6 Ejemplificar diversas situaciones de solución de conflictos ante la formulación de quejas y reclamaciones habituales en establecimientos de hostelería y turismo.
- CE1.7 Describir los procesos de acogida, despedida y atención al cliente, identificando las etapas y los factores clave para conseguir su satisfacción.
- CE1.8 Identificar y describir los atributos del producto turístico de la zona y explicar el impacto que tienen sobre su desarrollo turístico.
- CE1.9 En contextos de trabajo, aplicar las técnicas y habilidades de comunicación apropiadas a cada situación que impliquen atención e información al cliente en hostelería y turismo.
- CE1.10 Argumentar la necesidad de atender a los potenciales clientes con cortesía y elegancia, procurando satisfacer sus hábitos, gustos y necesidades de información, resolviendo con amabilidad y discreción sus quejas, y potenciando la buena imagen de la entidad que presta el servicio.
- CE1.11 Justificar la importancia de actuar con rapidez y precisión en todos los procesos de creación y prestación de servicios, desde el punto de vista de la percepción de la calidad por parte de los clientes.

Contenidos

1. La comunicación aplicada a la hostelería y al turismo

- La comunicación óptima en la atención al cliente.
 - Barreras que dificultan la comunicación.
 - Comunicarse con eficacia en situaciones difíciles.
 - El lenguaje verbal: palabras y expresiones a utilizar y a evitar.
 - El lenguaje no verbal: expresión gestual, facial y vocal.
 - Actitudes ante las situaciones difíciles:
 - Autocontrol.
 - Empatía.
 - Asertividad.
 - Ejercicios y casos prácticos.
- Asociación de técnicas de comunicación con tipos de demanda más habituales
- Resolución de problemas de comunicación
- Análisis de características de la comunicación telefónica y telemática

2. Atención al cliente en hostelería y turismo

- La atención personalizada: armonización y reconducción de los clientes.

- Armonizar y reconducir a los clientes en situaciones difíciles
- El tratamiento de situaciones difíciles.
 - La nueva perspectiva de las quejas y reclamaciones.
 - Cómo transformar situaciones de insatisfacción en el servicio en clientes satisfechos con la empresa.
 - Tipología de reclamaciones.
 - Actitud frente a las quejas o reclamaciones.
 - Tratamiento de las reclamaciones.
- Tipologías de clientes difíciles y su tratamiento.
- La protección de consumidores y usuarios: normativa aplicable en España y Unión Europea

Orientaciones metodológicas

Formación a distancia:

Unidades formativas	Número máximo de horas a impartir a distancia
Unidad formativa 1	80
Unidad formativa 2	60
Unidad formativa 3	20
Unidad formativa 4	20

Secuencia:

Las unidades formativas de este módulo se pueden programar de manera independiente.

Criterios de acceso para los alumnos

Se debe demostrar o acreditar un nivel de competencia en los ámbitos señalados a continuación que asegure la formación mínima necesaria para cursar el módulo con aprovechamiento:

- Comunicación en lengua castellana
- Competencia matemática
- Competencia digital
- Competencias sociales en geografía

MÓDULO FORMATIVO 2

Denominación: PROCESOS ECONÓMICO-ADMINISTRATIVOS EN AGENCIAS DE VIAJES

Código: MF0267_2

Nivel de cualificación profesional: 2

Asociado a la unidad de competencia:

UC0267_2: Desarrollar la gestión económico-administrativa de agencias de viajes.

Duración: 90 horas

Capacidades y criterios de evaluación

C1: Registrar operaciones contables de las agencias de viajes según la normativa vigente general y sectorial, estimando la importancia de su correcto registro.

- CE1.1 Explicar la importancia de la Contabilidad como instrumento de apoyo de la gestión económica de las agencias de viajes.
- CE1.2 Identificar y describir los elementos patrimoniales propios de las agencias de viajes, proponiendo planes de cuentas ajustados a la normativa vigente general y sectorial.
- CE1.3 Identificar los hechos contables más usuales que se producen en las agencias de viajes, seleccionando y adecuando los documentos justificativos de los mismos.
- CE1.4 Desarrollar el proceso contable básico aplicando las normas en vigor de carácter contable.
- CE1.5 Determinar los resultados económicos parciales y finales que correspondan a un período de tiempo determinado.
- CE1.6. Asumir la necesidad de intervenir en los procesos de gestión contable con la mayor precisión y un alto sentido de la responsabilidad y honradez personales.

C2: Aplicar sistemas y procedimientos de gestión administrativa que se adapten a diferentes tipos de agencias de viajes y otras entidades de distribución turística.

- CE2.1 Identificar y clasificar los distintos tipos de documentos administrativos que se utilizan habitualmente por las agencias de viajes y otras entidades de distribución turística en función de su utilidad, procedencia o destino.
- CE2.2 Describir y comparar los sistemas de almacenamiento, reposición y control de documentos.
- CE2.3 Diseñar y formalizar documentos administrativos específicos de las agencias de viajes y de otras entidades de distribución turística para sus procesos internos y externos.
- CE2.4 Seleccionar y aplicar procedimientos de gestión documental.
- CE2.5 Aplicar sistemas de gestión de almacén que comprendan:
 - Procedimientos de solicitud, clasificación y reposición de existencias.
 - Procedimientos de entradas, salidas y distribución de existencias.
 - Formalización de inventarios.
 - Medidas de control de las emisiones de documentos acreditativos de derechos de uso de servicios turísticos y de viajes, y del inventario.
- CE2.6 Relacionar los diferentes sistemas y procedimientos de seguridad aplicables al depósito, custodia y archivo de documentos con las diferentes estructuras de la organización.

C3: Analizar los procedimientos y operaciones que se derivan de las relaciones económicas internas y externas, aplicándolos y estimando su importancia.

- CE3.1 Describir los procedimientos de facturación, control de cuentas de crédito, cobro y reintegro a clientes y emitir documentos justificativos de cobros y pagos.
- CE3.2 Comprobar el derecho a devoluciones por supuestos servicios no disfrutados y cargados, formalizando las comunicaciones a proveedores y documentos que fuesen necesarios.
- CE3.3 Registrar en los soportes de ventas, los importes de los derechos de uso de servicios o productos vendidos.
- CE3.4 Comprobar valoraciones de supuestos servicios vendidos y de sus gastos de gestión.
- CE3.5 Formalizar partes de ventas de servicios de proveedores.

CE3.6 Explicar los procedimientos de control de facturas de proveedores y formalizar informes de incidencias y solicitudes de regularización de cargos incorrectos.

CE3.7 Archivar la documentación según los procedimientos establecidos.

CE3.8 Asumir la necesidad de intervenir en los procedimientos derivados de las relaciones económicas internas y externas con la mayor precisión y un alto sentido de la responsabilidad y honradez personales.

C4: Analizar la gestión y control de las cuentas de clientes, desarrollando las operaciones que le son inherentes.

CE4.1 Explicar el funcionamiento de las cuentas corrientes, interpretándolas adecuadamente así como los documentos emitidos en relación con las mismas.

CE4.2 Emitir documentos en relación al estado de situación de cuentas de clientes.

CE4.3 Describir las gestiones de cobro a clientes y resolver discrepancias, generando los correspondientes documentos contable-administrativos, en situaciones debidamente caracterizadas.

CE4.4 Realizar los apuntes que procedan en los registros de caja y cuentas bancarias, en respuesta a casos debidamente definidos, con la máxima precisión.

C5: Desarrollar las operaciones de gestión de tesorería y control de cuentas de cajas y bancos, realizando las comprobaciones necesarias con la precisión y exactitud requeridas.

CE5.1 Efectuar la convertibilidad, en supuestos de compra de divisa en moneda o cheques de viaje, identificando la legislación aplicable, determinando el tipo de cambio oficial, el aplicable y el contravalor final, y formalizando los documentos de soporte de la operación.

CE5.2 Diferenciar, describir y formalizar diferentes documentos de pago, identificando y aplicando la legislación mercantil vigente.

CE5.3 Formalizar impresos administrativos, precontables y contables para registrar operaciones de tesorería.

CE5.4 Formalizar resúmenes periódicos de movimientos de caja.

CE5.5 Efectuar controles de cuenta de caja, realizando los correspondientes arqueos y resolviendo diferencias entre saldos reales y apuntes realizados, en situaciones debidamente definidas.

CE5.6 Realizar controles de cuentas bancarias, llevando a cabo cuadros con extractos de los bancos, y resolviendo diferencias entre los apuntes de las entidades financieras y los libros/registros de cuentas bancarias de la Agencia de Viajes, en situaciones debidamente definidas.

CE5.7 Describir las medidas de seguridad necesarias para evitar robos o pérdidas.

CE5.8 Asumir la necesidad de desarrollar las operaciones de gestión de tesorería con la mayor precisión y un alto sentido de la responsabilidad y honradez personales.

Contenidos**1. Contabilidad, Matemáticas Comerciales y Estadística básicas**

- Concepto y objetivos de la Contabilidad.
- Los libros de contabilidad.
- El patrimonio.
- Las cuentas.
- El plan general de contabilidad.
- El proceso contable básico en las agencias de viajes.
- La tesorería en las agencias de viajes.
- Los impuestos. Su liquidación.
- Los derechos de cobro.
- Las amortizaciones. Las provisiones.

- Las cuentas anuales.
- Instrumentos de abono en las operaciones comerciales.
- Cuentas corrientes.
- Créditos.
- Estadística básica.
- Aplicaciones.

2. Procesos administrativos en agencias de viajes y otras entidades de distribución turística

- Procesos administrativos internos en las agencias de viajes y otras entidades de distribución turística.
 - Soportes documentales y registros.
 - Programas informáticos de gestión interna (back-office).
 - Aplicación de procedimientos.
 - Procesos administrativos derivados de la venta de transporte aéreo regular.
 - Documentos de tráfico (STD) y formularios administrativos estándar (SAF).
 - Procedimientos BSP.
 - Procedimientos BSP a través de Internet (BSPlink).
 - Aplicación de procedimientos.
- Procesos administrativos derivados de la venta de alojamiento.
 - Aplicación de procedimientos y documentos asociados.
- Procesos administrativos derivados de la venta de transporte marítimo.
 - Aplicación de procedimientos establecidos por los proveedores.
 - Formalización de documentos internos y externos.
- Procesos administrativos derivados de la venta de transporte ferroviario.
 - Aplicación de procedimientos establecidos por los proveedores.
 - Formalización de documentos internos y externos.
- Procesos administrativos derivados de la venta de productos de tour-operadores y otros mayoristas.
- Procesos administrativos derivados de otras ventas.
 - Aplicación de procedimientos.
 - Formalización de documentos internos y externos.
- Aplicación de procedimientos de gestión documental.
- Medios de almacenamiento y tratamiento de la información. Aplicaciones.
- Control de correspondencia.

3. Procedimientos de almacenamiento, reposición y control de documentos propios y externos

- Gestión de almacén.
- Gestión de inventarios.
- Control de existencias de documentos.
-

4. Procedimientos derivados de las relaciones económicas con clientes

- Anticipos y depósitos.
- Facturación y cobro.
- Medios de pago al contado.
- Tarjetas de crédito y débito.
- Condiciones para la aceptación de cheques y pagarés.
- El pago aplazado.
- La financiación externa.
- Acuerdos comerciales con concesión de crédito a clientes:
 - Términos económicos habitualmente considerados.
 - La investigación sobre la solvencia de los clientes.
 - Riesgos y alternativas.
- Las devoluciones por servicios no prestados.

- Gestión de reembolsos.
- Control de cuentas de crédito.
 - Cobro y reintegro a clientes.
 - Procedimientos ante impagos.

5. Gestión de tesorería y control de cuentas de cajas y bancos

- Legislación vigente aplicable a la gestión de cuentas de caja y bancos.
- Normativa reguladora de la compra de moneda extranjera.
 - Procedimiento de compra de moneda extranjera.
 - Documentación y registro de las operaciones.
- Documentos de pago
 - Identificación,
 - Diferenciación,
 - Formalización.
 - Normativa aplicable.
- Registro de movimientos de caja y formalización de los impresos administrativos precontables y contables.
- Realización de controles de caja solventando los desfases.
- Análisis de extractos de cuentas bancarias
 - Desfases con los libros/registros de cuentas bancarias de la agencia de viajes.
- Análisis de las medidas de seguridad relacionadas con la documentación contable y el efectivo.

6. Utilización de programas informáticos de gestión interna (back-office) de agencias de viajes

- Gestión de operaciones administrativas, contables, financieras y fiscales
 - Plan general de contabilidad
 - Gestión de proveedores, clientes, bancos, caja..
 - Balances
 - Gestión diaria de caja, bancos y tarjetas de crédito
 - Gestión, previsión y control de prepagos y pagos a proveedores
 - Gestión de los productos propios
 - Gastos generales
 - Gestión, previsión, facturación y control de créditos y cobros a clientes
 - Previsiones de tesorería
 - Liquidación de facturas de proveedores
 - Liquidación del BSP o liquidación de ventas de transporte aéreo
 - Liquidación de otros proveedores de transporte por ferrocarril o marítimo
 - Liquidaciones fiscales
 - Estadísticas comparativas

Orientaciones metodológicas

Nº máximo de horas a impartir a distancia: 80

Criterios de acceso para los alumnos

Se debe demostrar o acreditar un nivel de competencia en los ámbitos señalados a continuación que asegure la formación mínima necesaria para cursar el módulo con aprovechamiento:

- Comunicación en lengua castellana
- Competencia matemática

- Competencia digital
- Competencias sociales en geografía

MÓDULO FORMATIVO 3

Denominación: GESTIÓN DE UNIDADES DE INFORMACIÓN Y DISTRIBUCIÓN TURÍSTICAS

Código: MF0268_3

Nivel de cualificación profesional: 3

Asociado a la Unidad de Competencia:

UC0268_3 Gestionar unidades de información y distribución turística

Duración: 120 horas

UNIDAD FORMATIVA 1

Denominación: PROCESOS DE GESTIÓN DE UNIDADES DE INFORMACIÓN Y DISTRIBUCIÓN TURÍSTICAS

Código: UF0077

Duración: 70 horas

Referente de competencia: Esta Unidad formativa se corresponde con las RP1, RP2, RP3 y RP4

Capacidades y criterios de evaluación

C1: Analizar la función y el proceso de planificación empresarial o institucional y definir planes que resulten adecuados para unidades de información o distribución de oferta turística.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

- Elaborar presupuestos económicos para establecer programas de actuación en el marco de los períodos fijados.

- Determinar los costes de los distintos recursos.

- Calcular el punto muerto de explotación y los niveles de productividad.

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

- Calcular las desviaciones.

- Analizar las causas de su aparición y los efectos que producen.

- Proponer soluciones alternativas, estableciendo métodos de seguimiento y control presupuestario.

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

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

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

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

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

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

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

o instituciones, y las relaciones internas características.

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

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

CE3.7 Describir los puestos de trabajo más característicos de las agencias de viajes, otros distribuidores turísticos y entidades de información turística, caracterizándolos por la competencia profesional expresada en término de capacidades y logros a los niveles requeridos en el mundo laboral.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

- Utilizar eficazmente las técnicas de comunicación idóneas para recibir y emitir instrucciones e información, intercambiar ideas u opiniones, asignar tareas y coordinar planes de trabajo.
- Intervenir en los supuestos conflictos originados mediante la negociación y la consecución de la participación de todos los miembros del grupo en la detección del origen del problema, evitando juicios de valor y resolviendo el conflicto, centrándose en aquellos aspectos que se puedan modificar.
- Adoptar las decisiones idóneas en función de las circunstancias que las propician y las opiniones de los demás respecto a las vías de solución posibles.

- Ejercer el liderazgo, de una manera efectiva, en el marco de sus competencias profesionales, adoptando el estilo más apropiado en cada situación.
- Dirigir equipos de trabajo, integrando y coordinando las necesidades del grupo en el marco de objetivos, políticas o directrices predeterminados.
- Dirigir, animar y participar en reuniones de trabajo, dinamizándolas, colaborando activamente o consiguiendo la colaboración de los participantes, y actuando de acuerdo con los fines de la reunión.

Contenidos

1. La planificación en las empresas y entidades de distribución e información turística

- La planificación en el proceso de administración.
- Principales tipos de planes: objetivos, estrategias y políticas; relación entre ellos.
- Pasos lógicos del proceso de planificación como enfoque racional para establecer objetivos, tomar decisiones y seleccionar medios.
- Revisión periódica de los planes en función de la aplicación de los sistemas de control característicos de estas empresas.

2. Gestión y control presupuestarios en unidades de distribución e información turística

- La gestión presupuestaria en función de sus etapas fundamentales: previsión, presupuesto y control.
- Concepto y propósito de los presupuestos en las unidades de información y distribución turística.
- Definición de ciclo presupuestario.
- Diferenciación y elaboración de los tipos de presupuestos característicos de unidades de distribución e información turística.

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

- Identificación y caracterización de fuentes de financiación.
- Relación óptima entre recursos propios y ajenos.
- Ventajas y desventajas de los principales métodos para evaluar inversiones según cada tipo de agencia de viajes y distribuidor turístico.
- Aplicaciones informáticas.

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

- Estructura de la cuenta de resultados en las agencias de viajes y distribuidores turísticos.
- Tipos y cálculo de costes empresariales específicos.
- Aplicación de métodos para la determinación, imputación, control y evaluación de consumos y atenciones a clientes de servicios turísticos.
- Cálculo y análisis de niveles de productividad y de puntos muertos de explotación o umbrales de rentabilidad, utilizando herramientas informáticas.
- Identificación de parámetros establecidos para evaluar: Ratios y porcentajes. Márgenes de beneficio y rentabilidad.

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

- Interpretación de las diferentes normativas sobre autorización y clasificación de agencias de viajes y entidades de información turística.
- Tipología y clasificación de estas entidades.
- Naturaleza y propósito de la organización y relación con otras funciones gerenciales.

- Patrones básicos de departamentalización tradicional en empresas de distribución y entidades de información turística: ventajas e inconvenientes.
- Estructuras y relaciones departamentales y externas características de estas entidades.
- Diferenciación de los objetivos de cada departamento o unidad y distribución de funciones.
- Circuitos, tipos de información y documentos internos y externos que se generan en el marco de tales estructuras y relaciones interdepartamentales.
- Principales métodos para la definición de puestos correspondientes a trabajadores cualificados de la empresa o entidad. Aplicaciones.

6. La función de integración de personal en unidades de distribución e información turísticas

- Definición y objetivos.
- Relación con la función de organización.
- Programas de formación para personal dependiente: análisis, comparación y propuestas razonadas.
- Técnicas de comunicación y de motivación adaptadas a la integración de personal: identificación y aplicaciones.

7. La dirección de personal en unidades de distribución e información turísticas

- La comunicación en las organizaciones de trabajo: procesos y aplicaciones.
- Negociación en el entorno laboral: procesos y aplicaciones.
- Solución de problemas y toma de decisiones.
- La dirección y el liderazgo en las organizaciones: justificación y aplicaciones.
- Dirección y dinamización de equipos y reuniones de trabajo.
- La motivación en el entorno laboral.

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

- Tipos y comparación.
- Programas a medida y oferta estándar del mercado.
- Aplicación de programas integrales para la gestión de las unidades de información y distribución turísticas.

UNIDAD FORMATIVA 2

Denominación: PROCESOS DE GESTIÓN DE CALIDAD EN HOSTELERÍA Y TURISMO

Código: UF0049

Duración: 50 horas

Referente de competencia: Esta Unidad formativa se corresponde con la RP5

Capacidades y criterios de evaluación

- C1: Analizar sistemas y planes de calidad aplicables a empresas de hostelería y turismo.
- CE1.1 Explicar el concepto de calidad, justificando su aplicación en el sector de la hostelería y el turismo.
- CE1.2 Describir la función de gestión de la calidad en relación con los objetivos de la empresa y de los diferentes departamentos de establecimientos de hostelería y turismo.

CE1.3 Colaborar en la implantación de un sistema de calidad, interpretando y aplicando las correspondientes normas de calidad, estableciendo objetivos, identificando factores clave y barreras, y definiendo el programa para su implementación en lo referente a las actuaciones que se deban realizar y sus plazos.

CE1.4 Identificar y valorar las dimensiones y atributos de calidad del producto, y diseñar y definir los servicios de los respectivos departamentos, determinando y elaborando las necesarias especificaciones de calidad y estándares de calidad del servicio, normas, procedimientos e instrucciones de trabajo entre otras.

CE1.5 A partir de un plan de calidad de un proceso de producción o servicio de hostelería y turismo:

- Analizar los elementos del plan de calidad en relación con sus objetivos.
- Interpretar y manejar con destreza el manual de calidad y el manual de procedimientos.

CE1.6 Argumentar la necesaria participación personal en la aplicación de la gestión de la calidad como factor que facilita el logro de mejores resultados y una mayor satisfacción de los usuarios de servicios.

C2: Definir o realizar procesos de control de calidad de los servicios y productos de hostelería y turismo, identificando las características de calidad más significativas.

CE2.1 Describir los instrumentos y dispositivos de control de calidad utilizados en el sector.

CE2.2 Describir las características de calidad más significativas de los productos y servicios propios del sector.

CE2.3 Establecer e interpretar indicadores de la calidad propios de los departamentos del área de alojamiento, y elaborar cuestionarios sencillos que permitan medir el nivel de satisfacción de los clientes con respecto a los mismos.

CE2.4 Analizar un proceso productivo o de servicio totalmente definido de hostelería y turismo:

- Determinar las expectativas y necesidades de los clientes, internos y externos, para identificar las posibilidades reales de satisfacción en relación con el producto o servicio.
- Identificar las características de calidad del producto o servicio que deben ser controladas.
- Identificar factores causa-efecto que intervienen en la variabilidad de las características de calidad.
- Seleccionar las fases de control del proceso.
- Seleccionar los procedimientos de control.
- Reconocer los aspectos y parámetros que hay que controlar.
- Describir los principales métodos, equipos e instrumentos utilizados en el muestreo y control de la producción o servicio.
- Indicar los momentos o fases del proceso en que se realiza el control.

CE2.5 Gestionar la documentación e información propia del sistema de calidad implantado, determinando los registros necesarios y el procedimiento aplicable.

CE2.6 Realizar procesos de control de calidad de determinados servicios y productos de hostelería y turismo:

- Efectuando el registro de aquellos datos que afecten a su puesto de trabajo, en relación con los objetivos de calidad, para verificar su cumplimiento de acuerdo con los patrones y estándares fijados.
- Reconociendo y detectando aquellas situaciones que, en apariencia, pueden suponer debilidades del servicio para su inclusión en los dispositivos que faciliten información veraz acerca de las mismas.
- Organizando el desarrollo de encuestas para la recopilación de datos y propuestas.
- Proponer los ajustes metodológicos que podrían mejorar los procesos de recogida de datos.

C3: Evaluar los resultados de los datos obtenidos durante los procesos de control de productos o servicios del sector de hostelería y turismo, proponiendo actuaciones para la mejora continua.

CE3.1 En un supuesto práctico de mejora continua:

- Recopilar y, en su caso, resumir en los correspondientes registros e indicadores, los datos destinados al análisis que permita establecer un diagnóstico objetivo de la situación.
- Analizar los gráficos de control estadístico utilizados, interpretando las tendencias que puedan derivarse de los mismos.
- Establecer, a su nivel, conclusiones acerca de los datos recogidos para detectar posibles debilidades, identificando las causas de las desviaciones o anomalías en los productos o servicios.
- Proponer acciones preventivas o correctivas así como revisar las ya implantadas, para verificar su efectividad.

Contenidos

1. La cultura de la calidad en las empresas y/o entidades de hostelería y turismo

- El concepto de calidad y excelencia en el servicio hostelero y turístico.
 - Necesidad de aseguramiento de la calidad en la empresa hostelera y turística.
 - El coste de medición y mejora de la calidad
 - Calidad y productividad.
 - Calidad y gestión del rendimiento.
 - Herramientas la calidad y la no calidad.
- Sistemas de calidad: implantación y aspectos claves.
 - El modelo EFQM.
- Aspectos legales y normativas
 - Legislación nacional e internacional.
 - Normalización, acreditación y certificación.
- El plan de turismo español Horizonte 2020.

2. La gestión de la calidad en la organización hostelera y turística

- Organización de la calidad
 - Enfoque de los Sistemas de Gestión de la Organización.
 - Compromiso de la Dirección
 - Coordinación
 - Evaluación
- Gestión por procesos en hostelería y turismo
 - Identificación de procesos.
 - Planificación de procesos.
 - Medida y mejora de procesos.

3. Procesos de control de calidad de los servicios y productos de hostelería y turismo.

- Procesos de producción y servicio
 - Comprobación de la Calidad
 - Organización y Métodos de Comprobación de la Calidad.
- Supervisión y medida del proceso y producto/servicio
 - Satisfacción del cliente
 - Supervisión y medida de productos/servicios
- Gestión de los datos
 - Objetivos
 - Sistema de información de la calidad a la Dirección.

- Informes.
- La calidad asistida por ordenador.
- Métodos estadísticos.
- Evaluación de resultados
 - Propuestas de mejora

Orientaciones metodológicas

Formación a distancia:

Unidades formativas	Número máximo de horas a impartir a distancia
Unidad formativa 1	70
Unidad formativa 2	50

Secuencia:

Las unidades formativas de este módulo se pueden programar de manera independiente.

Criterios de acceso para los alumnos

Se debe demostrar o acreditar un nivel de competencia en los ámbitos señalados a continuación que asegure la formación mínima necesaria para cursar el módulo con aprovechamiento:

- Comunicación en lengua castellana.
- Competencia matemática.
- Competencia digital
- Competencias sociales en geografía

MÓDULO FORMATIVO 4

Denominación: INGLÉS PROFESIONAL PARA TURISMO

Código: MF1057_2

Nivel de cualificación profesional: 2

Asociado a la Unidad de Competencia:

UC1057_2 Comunicarse en inglés, con un nivel de usuario independiente, en las actividades turísticas

Duración: 90 horas

Capacidades y criterios de evaluación

C1: Interpretar mensajes orales de complejidad media en inglés, expresados por los clientes y proveedores a velocidad normal, emitidos en el ámbito de la actividad turística.

CE1.1 Interpretar los aspectos generales de mensajes orales emitidos en inglés y reconocer con precisión el propósito del mensaje en situaciones profesionales, tales como:

- Atención directa al cliente de agencias de viajes, alojamientos, oficinas de información turística, eventos y medios de transporte marítimo y ferroviario, a

- su llegada, durante su estancia y a su salida.
- Resolución de contingencias, situaciones de emergencia y deficiencias producidas durante la prestación de un servicio.
- Resolución de quejas y reclamaciones.
- Información y asesoramiento sobre destinos, servicios, productos, tarifas, viajes combinados, trayectos, paradas y escalas.
- Demanda de información variada por parte del cliente o profesional del sector.
- Atención a proveedores, agencias de viaje y profesionales.
- Gestión de reservas y otros servicios de agencias de viajes y alojamientos.
- Confirmación de los servicios contratados a los clientes y con los proveedores.
- Promoción de un viaje, evento o zona turística entre clientes actuales y potenciales.
- Venta u ofrecimiento de servicios y productos turísticos o promocionales.
- Negociación con clientes o profesionales del sector de acuerdos de prestación de servicios, colaboración o contratación.

CE1.2 Interpretar de forma general mensajes orales emitidos en inglés en situaciones profesionales simuladas bajo condiciones que afectan a la comunicación, tales como:

- Comunicación presencial o telefónica, mensaje grabado y megafonía.
- Comunicación formal o informal.
- Aspectos no verbales.
- Número y características de los interlocutores.
- Costumbres en el uso de la lengua y distintos acentos.
- Claridad de la pronunciación.
- Ruido ambiental, interferencias y distorsiones.

C2: Interpretar los aspectos generales de mensajes y documentos de cierta complejidad escritos en inglés, recibidos o utilizados en el ámbito de la actividad turística, extrayendo la información relevante.

CE2.1 Interpretar de forma general los mensajes, instrucciones y documentos, recibidos o utilizados en inglés y reconocer su propósito con precisión, en situaciones profesionales, tales como:

- Consulta de manuales de maquinaria, equipamiento o utensilio de la actividad turística.
- Consulta de manuales de aplicación informática.
- Petición de información, reservas y pedidos.
- Lectura de mensajes, cartas, faxes o correos electrónicos.
- Información sobre destinos, servicios y precios.

CE2.2 Interpretar de forma general mensajes escritos en inglés, en situaciones profesionales simuladas bajo condiciones que afectan a la comunicación, tales como:

- Canal de la comunicación, como fax, e-mail o carta.
- Costumbres en el uso de la lengua.
- Grafía deficiente.
- Impresión de baja calidad.

C3: Producir con fluidez mensajes orales en inglés medianamente complejos, referidos al contexto profesional del turismo.

CE3.1 Expresar oralmente en inglés, pronunciando con fluidez, claridad y corrección, fórmulas de cortesía aprendidas, y frases complejas que emplean un vocabulario amplio, en situaciones profesionales, tales como:

- Atención directa al cliente de agencias de viajes, alojamientos, oficinas de información turística, eventos y medios de transporte marítimo y ferroviario, a su llegada, durante su estancia y a su salida.

- Resolución de contingencias, situaciones de emergencia y deficiencias producidas durante la prestación de un servicio.
- Resolución de quejas y reclamaciones.
- Información y asesoramiento sobre destinos, servicios, productos, tarifas, viajes combinados, trayectos, paradas y escalas.
- Demanda de información variada por parte del cliente o profesional del sector.
- Atención a proveedores, agencias de viaje y profesionales.
- Gestión de reservas y otros servicios de agencias de viajes y alojamientos.
- Confirmación de los servicios contratados a los clientes y con los proveedores.
- Promoción de un establecimiento, viaje, evento o zona turística entre clientes actuales y potenciales.
- Venta u ofrecimiento de servicios y productos turísticos o promocionales.
- Negociación con clientes o profesionales del sector de acuerdos de prestación de servicios, colaboración o contratación.
- Información y formación para implantar sistemas de calidad turística.

CE3.2 Producir mensajes orales con claridad y coherencia, adecuando el tipo de mensaje y el registro a las condiciones de una situación profesional simulada que pueden afectar a la comunicación, tales como:

- Comunicación presencial o telefónica.
- Comunicación formal o informal.
- Costumbres en el uso de la lengua.
- Número y características de los interlocutores.
- Ruido ambiental o interferencias.
- Tiempo del que se dispone para la comunicación.

C4: Producir en inglés documentos escritos, correctos gramatical y ortográficamente, utilizando un vocabulario amplio, propio del ámbito profesional del turismo.

CE4.1 Producir en inglés mensajes e instrucciones escritas, ajustadas a criterios de corrección gramatical y ortográfica y que emplean un vocabulario amplio, en situaciones profesionales, tales como:

- Avisos para clientes de un evento.
- Documentos relacionados con la gestión y comercialización de una agencia de viajes.
- Reservas y venta de servicios y productos turísticos.
- Atención por escrito de demandas informativas de clientes o profesionales del sector.
- Gestión de reservas y confirmación de servicios por escrito.
- Resolución de quejas y reclamaciones por escrito.
- Formalización de documentos de control, contratos y bonos.
- Elaboración de informes.
- Solicitud por escrito de información a clientes, proveedores y profesionales del sector.
- Información básica sobre eventos en restauración, como fecha, lugar y precio.
- Redacción de información de interés general para el cliente, tales como horarios, fechas y avisos.

CE4.2 Producir en inglés mensajes e instrucciones escritas, ajustadas a criterios de corrección gramatical y ortográfica, adecuando el mensaje, el soporte y el medio a las condiciones de una situación profesional simulada, que afectan a la comunicación, tales como:

- Comunicación formal o informal.
- Costumbres en el uso de la lengua.
- Características de los receptores del mensaje.
- Calidad de la impresión o de la grafía.

C5: Comunicarse oralmente con uno o varios interlocutores en inglés estándar, expresando e interpretando con fluidez, mensajes medianamente complejos en distintas situaciones, formales e informales, propias de los servicios turísticos.

CE5.1 Interaccionar con uno o varios interlocutores en inglés, en situaciones profesionales, tales como:

- Atención directa al cliente de agencias de viajes, alojamientos, oficinas de información turística, eventos y medios de transporte marítimo y ferroviario, a su llegada, durante su estancia y a su salida.
- Resolución de contingencias, situaciones emergentes y deficiencias producidas durante la prestación de un servicio.
- Resolución de quejas y reclamaciones.
- Información y asesoramiento sobre destinos, servicios, productos, tarifas, viajes combinados, trayectos, paradas y escalas.
- Demanda de información variada por parte del cliente o profesional del sector.
- Atención a proveedores, agencias de viaje y profesionales.
- Gestión de reservas y otros servicios de agencias de viajes y alojamientos.
- Confirmación de los servicios contratados a los clientes y con los proveedores.
- Promoción de un establecimiento, viaje, evento o zona turística entre clientes actuales y potenciales.
- Venta u ofrecimiento de servicios y productos turísticos o promocionales.
- Negociación con clientes o profesionales del sector de acuerdos de prestación de servicios, colaboración o contratación.

CE5.2 Resolver situaciones de interacción en inglés, bajo condiciones, que afectan a la comunicación, tales como:

- Comunicación presencial o telefónica.
- Comunicación formal o informal.
- Costumbres en el uso de la lengua.
- Número y características de los interlocutores.
- Claridad en la pronunciación y distintos acentos.
- Ruido ambiental o interferencias frecuentes en los establecimientos de hostelería y turismo, en transportes, parques temáticos, de ocio y congresos.
- Tiempo del que se dispone para la comunicación.

Contenidos

1. Gestión y comercialización en inglés de servicios turísticos

- Presentación de servicios turísticos: características de productos o servicios, medidas, cantidades, servicios añadidos, condiciones de pago y servicios postventa, entre otros.
- Gestión de reservas de destinos o servicios turísticos.
- Emisión de billetes, bonos y otros documentos propios de la comercialización de un servicio turístico.
- Negociación con proveedores y profesionales del sector de la prestación de servicios turísticos.
- Gestión de reservas de habitaciones y otros servicios del establecimiento hotelero.
- Cumplimentación de documentos propios de la gestión y comercialización de un establecimiento hotelero.

2. Prestación de información turística en inglés

- Solicitud de cesión o intercambio de información entre centros o redes de centros de información turística.
- Gestión de la información sobre proveedores de servicios, precios y tarifas y prestación de la misma a clientes.

- Prestación de información de carácter general al cliente sobre destinos, rutas, condiciones meteorológicas, entorno y posibilidades de ocio.
- Elaboración de listados de recursos naturales de la zona, de actividades deportivas y/o recreativas e itinerarios, especificando localización, distancia, fechas, medios de transporte o formas de acceso, tiempo a emplear y horarios de apertura y cierre.
- Información sobre la legislación ambiental que afecta al entorno y a las actividades de ocio que en su marco se realizan.
- Sensibilización del cliente en la conservación de los recursos ambientales utilizados.
- Recogida de información del cliente sobre su satisfacción con los servicios del alojamiento turístico.

3. Atención al cliente de servicios turísticos en inglés

- Terminología específica en las relaciones turísticas con clientes.
- Usos y estructuras habituales en la atención turística al cliente o consumidor: saludos, presentaciones y fórmulas de cortesía habituales.
- Diferenciación de estilos, formal e informal, en la comunicación turística oral y escrita.
- Tratamiento de reclamaciones o quejas de los clientes o consumidores: situaciones habituales en las reclamaciones y quejas de clientes.
- Simulación de situaciones de atención al cliente y resolución de reclamaciones con fluidez y naturalidad.
- Comunicación y atención, en caso de accidente, con las personas afectadas.

Orientaciones metodológicas

Formación a distancia:

Nº máximo de horas a impartir a distancia: 70

Criterios de acceso para los alumnos

Se debe demostrar o acreditar un nivel mínimo de competencia B1.1 en comunicación en lenguas extranjeras según el Marco Común Europeo de las Lenguas.

Se debe demostrar o acreditar un nivel de competencia en los ámbitos señalados a continuación que asegure la formación mínima necesaria para cursar el módulo con aprovechamiento:

- Comunicación en lengua castellana.
- Comunicación en lenguas extranjeras
- Competencia digital

MÓDULO DE PRÁCTICAS PROFESIONALES NO LABORALES DE VENTA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS TURÍSTICOS

Código: MP0019

Duración: 120 horas

Capacidades y criterios de evaluación

C1: Colaborar en los procesos de información, asesoramiento y venta de productos y servicios turísticos, valorando su importancia para el logro de los objetivos empresariales

CE1.1 Identificar y acceder a las ofertas de servicios y de productos (viajes combinados, cruceros, excursiones, etc.) y seleccionar la información necesaria para el asesoramiento o la venta, manejando para ello los soportes (manuales, tarifarios, etc.) y medios de acceso a la información (GDS, Internet, etc.) disponibles en las agencias de viajes y otras entidades de distribución.

CE1.2 Colaborar en el cálculo de tarifas para cualquier medio de transporte, tanto para trayectos nacionales como internacionales, determinando correctamente el precio final y emitiendo la documentación correspondiente.

CE1.3 Identificar los diferentes proveedores de servicios existentes en la agencia y relacionarlos con los medios de gestión adecuados para formalizar las reservas de servicios y productos en las diversas circunstancias que puedan producirse, y aplicar los procedimientos adecuados según la naturaleza del proveedor y el tipo de servicio.

C2: Colaborar en el desarrollo de acciones promocionales aplicables en entidades de distribución turística y asistir en la aplicación de técnicas de promoción de ventas y de negociación, estimando su importancia para el logro de los objetivos empresariales

CE2.1 Colaborar en la creación de ficheros de clientes actuales y potenciales en los que se puedan incluir los datos relevantes para los objetivos de promoción de ventas y otras acciones de marketing.

CE2.2 Identificar los elementos caracterizadores de servicios y productos, y efectuar comparaciones de las que se deduzcan diferenciales positivos o negativos.

CE2.3 Colaborar en la aplicación de técnicas de promoción de ventas, ayudando a definir acciones promocionales y cumplimentado los soportes correspondientes (cronogramas, fichas de visitas, argumentarios, etc.).

CE2.4 Colaborar en la aplicación de técnicas de negociación e identificar las técnicas de merchandising aplicables en las agencias de viajes y otras entidades de distribución.

CE2.5 Confeccionar propuestas personales de acciones promocionales con creatividad e imaginación.

C3: Aplicar técnicas y habilidades de comunicación y atención al cliente de uso común a fin de satisfacer sus expectativas y materializar futuras ventas.

CE3.1 Aplicar diferentes normas de actuación en función de la tipología de clientes.

CE3.2 Aplicar modalidades de atención al cliente, según se trate de:

- Contacto directo comunicación cara a cara.

- Contacto no directo a través de teléfono, correo y otras.

CE3.3 Aplicar técnicas y habilidades de comunicación con las diferentes situaciones de atención e información más habituales.

CE3.4 Identificar las etapas y los factores clave para obtener la satisfacción del cliente, aplicando los procedimientos y técnicas de comunicación más usuales.

CE3.5 Colaborar en situaciones de solución de conflictos ante la formulación de quejas y reclamaciones habituales en establecimientos de hostelería y turismo.

CE3.6 Aplicar los procesos de acogida, despedida y atención al cliente, identificando las etapas y los factores clave para conseguir su satisfacción.

CE3.7 Aplicar las técnicas y habilidades de comunicación apropiadas a cada situación que impliquen atención e información al cliente en turismo.

CE3.8 Atender a los potenciales clientes con cortesía y elegancia, procurando satisfacer sus hábitos, gustos y necesidades de información, resolviendo con amabilidad y discreción sus quejas, y potenciando la buena imagen de la entidad que presta el servicio.

CE3.9 Reconocer la importancia de actuar con rapidez y precisión en todos los procesos de creación y prestación de servicios, desde el punto de vista de la percepción de la calidad por parte de los clientes.

C4: Colaborar en la aplicación de sistemas y procedimientos de gestión administrativa y en el registro de operaciones contables que se adapten a diferentes tipos de agencias de viajes y otras entidades de distribución turística

CE4.1 Identificar los hechos contables más usuales que se producen en las agencias de viajes, reconociendo y en su caso cumplimentando los documentos justificativos de los mismos.

CE4.2 Identificar y clasificar los distintos tipos de documentos administrativos que se utilizan habitualmente por las agencias de viajes y otras entidades de distribución turística en función de su utilidad, procedencia o destino

CE4.3 Colaborar en la aplicación de los sistemas de almacenamiento, reposición y control de documentos.

CE4.4 Colaborar en el registro del proceso contable básico aplicando las normas en vigor de carácter contable.

CE4.5 Colaborar en la formalización de documentos administrativos específicos de las agencias de viajes y de otras entidades de distribución turística para sus procesos internos y externos

CE4.6 Colaborar en la determinación de los resultados económicos parciales y finales que correspondan a un período de tiempo determinado.

CE4.7 Relacionar los diferentes sistemas y procedimientos de seguridad aplicables al depósito, custodia y archivo de documentos con las diferentes estructuras de la organización.

CE4.7 Asumir la necesidad de intervenir en los procesos de gestión contable con la mayor precisión y un alto sentido de la responsabilidad y honradez personales.

C5: Colaborar en la gestión y control de las cuentas de clientes, así como en los procedimientos y operaciones que se derivan de las relaciones económicas internas y externas, estimando su importancia

CE5.1 Ayudar en la aplicación de los procedimientos de facturación, control de cuentas de crédito, cobro y reintegro a clientes y asistir en la emisión de documentos justificativos de cobros y pagos tanto de forma manual como informatizada.

CE5.2 Colaborar en la comprobación del derecho a devoluciones por supuestos servicios no disfrutados y cargados, formalizando las comunicaciones a proveedores y documentos que fuesen necesarios.

CE5.3 Ayudar en el registro de los soportes de ventas, de los importes de los derechos de uso de servicios o productos vendidos tanto de forma manual como con los programas informáticos habituales.

CE5.4 Comprobar valoraciones de supuestos servicios vendidos y de sus gastos de gestión.

CE5.5 Formalizar partes de ventas de servicios de proveedores tanto de forma manual como informatizada.

CE5.6 Colaborar en la aplicación de los procedimientos de control de facturas de proveedores y formalizar informes de incidencias y solicitudes de regularización de cargos incorrectos.

CE5.7 Emitir documentos en relación al estado de situación de cuentas de clientes, ayudar en las gestiones de cobro y resolver discrepancias, generando los correspondientes documentos contable-administrativos tanto de forma manual como informatizada.

CE5.8 Observar los apuntes que procedan en los registros de caja y cuentas bancarias, asumiendo la necesidad de intervenir en los procedimientos derivados

de las relaciones económicas internas y externas con la mayor precisión y un alto sentido de la responsabilidad y honradez personales.

CE5.9 Archivar la documentación según los procedimientos establecidos.

C6: Colaborar en las operaciones de gestión de tesorería y control de cuentas de cajas y bancos, realizando las comprobaciones necesarias con la precisión y exactitud requeridas.

CE6.1 Observar el procedimiento de la convertibilidad, en supuestos de compra de divisa en moneda o cheques de viaje, identificando la legislación aplicable, determinando el tipo de cambio oficial, el aplicable y el contravalor final, y colaborar en la formalización de los documentos de soporte de la operación.

CE6.2 Identificar, diferenciar y formalizar diferentes documentos de pago, aplicando la legislación mercantil vigente.

CE6.3 Colaborar en la formalización de impresos administrativos, precontables y contables para registrar operaciones de tesorería.

CE6.4 Ayudar en la formalización de resúmenes periódicos de movimientos de caja.

CE6.5 Colaborar en la ejecución de controles de cuenta de caja, realizando los correspondientes arqueos y resolviendo diferencias entre saldos reales y apuntes realizados.

CE6.6 Colaborar en la realización de controles de cuentas bancarias, llevando a cabo cuadros con extractos de los bancos, y resolviendo diferencias entre los apuntes de las entidades financieras y los libros/registros de cuentas bancarias de la Agencia de Viajes.

CE6.7 Identificar las medidas de seguridad necesarias para evitar robos o pérdidas, asumiendo la necesidad de desarrollar las operaciones de gestión de tesorería con la mayor precisión y un alto sentido de la responsabilidad y honradez personales

C7: Colaborar en la gestión y control presupuestarios en el marco de las agencias de viajes, identificando costes, observando los presupuestos económicos y la definición de planes de actuación que resulten adecuados para la consecución de los objetivos empresariales

CE7.1 Observar el cálculo de costes totales unitarios y márgenes con respecto a los precios de venta de diferentes servicios y productos turísticos.

CE7.2 A partir de los objetivos económicos de producto, de costes directos e indirectos y de volumen de negocio para períodos de tiempo establecidos:

- Observar la elaboración de presupuestos económicos para establecer programas de actuación en el marco de los períodos fijados.
- Colaborar en la determinación de los costes de los distintos recursos.
- Colaborar en el cálculo del punto muerto de explotación y los niveles de productividad.

CE7.3 Asistir en la gestión y control presupuestarios, y partiendo de las previsiones presupuestarias correspondientes y de los resultados reales obtenidos:

- Colaborar en el cálculo de las desviaciones.
- Colaborar en el análisis de las causas de su aparición y los efectos que producen.
- Ayudar en la propuesta de soluciones alternativas, observando el establecimiento de métodos de seguimiento y control presupuestario.

CE7.4 Observar el proceso de planificación y la formulación de objetivos, teniendo en cuenta las opciones de actuación más convenientes para la consecución de los mismos.

CE7.5 Observar el planteamiento de los programas que se deriven de tales opciones, y la determinación de los medios humanos y materiales necesarios.

CE7.6 Valorar la importancia de la revisión periódica de los planes empresariales

en función de la aplicación de los sistemas de control característicos de cada tipo de agencia de viajes

C8: Observar la aplicación de técnicas de integración y dirección de personal utilizadas en agencias de viajes

CE8.1 Observar la utilización eficaz de las técnicas de comunicación idóneas para recibir y emitir instrucciones e información, intercambiar ideas u opiniones, asignar tareas y coordinar planes de trabajo.

CE8.2 Observar la intervención en conflictos originados y su solución mediante la negociación y la consecución de la participación de todos los miembros del grupo en la detección del origen del problema, evitando juicios de valor y resolviendo el conflicto, centrándose en aquellos aspectos que se puedan modificar.

CE8.3 Observar como se ejerce el liderazgo, de una manera efectiva, adoptando el estilo más apropiado en cada situación y dirigiendo equipos de trabajo, integrando y coordinando las necesidades del grupo en el marco de objetivos, políticas o directrices predeterminados.

CE8.4 Participar en reuniones de trabajo, colaborando activamente o consiguiendo la colaboración de los participantes, y actuando de acuerdo con los fines de la reunión.

CE8.5 En diversas situaciones de integración personal:

- Observar como se asigna e integra a los nuevos empleados, y en función de los puestos a cubrir y se les concede un período determinado de adaptación a los mismos.
- Observar las operaciones y procesos más significativos que cada nuevo empleado debe desarrollar e identificar los criterios que permitan evaluar el desempeño profesional y sus resultados.
- Observar la aplicación de técnicas para la comunicación intragrupal entre los miembros antiguos y nuevos del departamento, detectando las delegaciones de autoridad, y como se incentiva la iniciativa personal y la creatividad como medida de motivación.

C9: Colaborar en la realización de controles de calidad de determinados servicios y productos en agencias de viajes y asistir en la evaluación de los resultados obtenidos

CE9.1 Colaborar en el registro de aquellos datos que afecten a su puesto de trabajo, en relación con los objetivos de calidad, para verificar su cumplimiento de acuerdo con los patrones y estándares fijados.

CE9.2 Colaborar en la detección de aquellas situaciones que, en apariencia, pueden suponer debilidades del servicio, para su inclusión en los dispositivos que faciliten información veraz acerca de las mismas

CE9.3 Colaborar en el desarrollo de encuestas para la recopilación de datos y propuestas

CE9.4 Colaborar en la recopilación e introducción de datos en los registros e indicadores correspondientes

CE9.5 Colaborar en el establecimiento de conclusiones para detectar posibles debilidades, colaborando en la identificación de las causas de las desviaciones

CE9.6 Colaborar en las propuestas de acciones preventivas o correctivas

CE9.7 Colaborar en la aplicación de los procedimientos de atención y resolución de quejas y reclamaciones, identificando la normativa vigente, y cumplimentar registros de indicadores y hojas de toma de datos

CE9.8 Observar la necesaria participación personal en la aplicación de la gestión de la calidad como factor que facilita el logro de mejores resultados y una mayor satisfacción de los usuarios de servicios

C10: Comunicarse oralmente con uno o varios interlocutores en inglés estándar, expresando e interpretando con fluidez, mensajes medianamente complejos en distintas

situaciones, formales e informales, propias de los servicios turísticos.

CE10.1 Interaccionar con uno o varios interlocutores en inglés, en situaciones profesionales, tales como:

- Atención directa al cliente de agencias de viajes, a su llegada, durante su estancia y a su salida.
- Resolución de contingencias, situaciones emergentes y deficiencias producidas durante la prestación de un servicio.
- Resolución de quejas y reclamaciones.
- Información y asesoramiento sobre destinos, servicios, productos, tarifas, viajes combinados, trayectos, paradas y escalas.
- Demanda de información variada por parte del cliente o profesional del sector.
- Atención a proveedores, agencias de viaje y profesionales.
- Gestión de reservas y otros servicios de agencias de viajes y alojamientos.
- Confirmación de los servicios contratados a los clientes y con los proveedores.
- Promoción de un establecimiento, viaje, evento o zona turística entre clientes actuales y potenciales.
- Venta u ofrecimiento de servicios y productos turísticos o promocionales.
- Negociación con clientes o profesionales del sector de acuerdos de prestación de servicios, colaboración o contratación.

CE10.2 Resolver situaciones de interacción en inglés, bajo condiciones, que afectan a la comunicación, tales como:

- Comunicación presencial o telefónica.
- Comunicación formal o informal.
- Costumbres en el uso de la lengua.
- Número y características de los interlocutores.
- Claridad en la pronunciación y distintos acentos.
- Ruido ambiental o interferencias frecuentes en las agencias de viajes.
- Tiempo del que se dispone para la comunicación.

C11: Participar en los procesos de trabajo de la empresa, siguiendo las normas e instrucciones establecidas en el centro de trabajo.

CE11.1 Comportarse responsablemente tanto en las relaciones humanas como en los trabajos a realizar.

CE11.2 Respetar los procedimientos y normas del centro de trabajo.

CE11.3 Empezar con diligencia las tareas según las instrucciones recibidas, tratando de que se adecuen al ritmo de trabajo de la empresa.

CE11.4 Integrarse en los procesos de producción del centro de trabajo.

CE11.5 Utilizar los canales de comunicación establecidos.

CE11.6 Respetar en todo momento las medidas de prevención de riesgos, salud laboral y protección del medio ambiente.

Contenidos

1. Información, asesoramiento y venta de servicios y productos turísticos.

- Selección de información para el asesoramiento y la venta
- Manejo de soportes manuales
- Manejo de soportes informáticos para la información, reserva y venta (GDS, Internet..)
- Cálculo de tarifas para medios de transporte
- Gestión de reservas de proveedores:
 - Hoteles: tipos de tarifas, bonos, principales proveedores (Cadenas hoteleras, centrales de reservas, mayoristas..)
 - Transportes aéreos y marítimos: Emisión de pasajes y otros documentos.
 - Transporte por carretera: transporte regular y discrecional
 - Viajes combinados: diferentes tipos. Reserva y emisión de documentación

- Alquiler de coches. Cálculo de tarifas y bonos.
- Los seguros de viaje y contratos de asistencia en viaje.
- La venta de excursiones
- Cargos por gestión técnica
- Desarrollo de acciones promocionales y de negociación en entidades de distribución turística.
- Creación de ficheros de clientes
- Definición de objetivos empresariales
- El producto o servicio. Definición de sus características
- Aplicación de técnicas de promoción de ventas
- Definición de acciones promocionales
- Cumplimentación de los soportes promocionales
- Aplicación de técnicas de negociación y de merchandising
- Propuesta de acciones promocionales.
- Técnicas de comunicación y atención al cliente
- Aplicación de técnicas de comunicación a atención adecuadas a los distintos tipos de clientes y situaciones
- Atención al cliente:
 - Contacto directo
 - Contacto no directo
 - Asociación de técnicas de comunicación con tipos de demanda mas habituales
 - Resolución de problemas de comunicación
 - Aplicación de las técnicas de comunicación a las etapas de la venta.
 - Tratamiento de situaciones difíciles, quejas y reclamaciones
 - Reconducción de los clientes mediante la comunicación

2. Sistemas y procedimientos de gestión administrativa y contable en las agencias de viajes y entidades de distribución turística

- Procesos administrativos internos en las agencias de viajes y otras entidades de distribución turística. Soportes documentales y registros.
- Gestión de programas informáticos de gestión interna (back-office).
- Aplicación de procedimientos en los procesos administrativos derivados de la venta de transporte aéreo regular. Documentos de tráfico (STD) y formularios administrativos estándar (SAF). Procedimientos BSP. Procedimientos BSP a través de Internet (BSPlink).
- Aplicación de procedimientos en los procesos administrativos derivados de la venta de alojamiento.
- Aplicación de procedimientos y documentos asociados en los procesos administrativos derivados de la venta de transporte marítimo. Aplicación de procedimientos establecidos por los proveedores. Formalización de documentos internos y externos.
- Aplicación de procesos administrativos derivados de la venta de transporte ferroviario. Aplicación de procedimientos establecidos por los proveedores. Formalización de documentos internos y externos.
- Procesos administrativos derivados de la venta de productos de tour-operadores y otros mayoristas. Procesos administrativos derivados de otras ventas. Aplicación de procedimientos. Formalización de documentos internos y externos.
- Aplicación de procedimientos de gestión documental.
- Medios de almacenamiento y tratamiento de la información.
- Control de correspondencia.

3. Procedimientos derivados de las relaciones económicas con clientes

- Aplicación de procedimientos de:
 - Anticipos y depósitos.
 - Facturación y cobro.

- Medios de pago al contado. Tarjetas de crédito y débito. Condiciones para la aceptación de cheques y pagarés.
- El pago aplazado. La financiación externa. Acuerdos comerciales con concesión de crédito a clientes: términos económicos habitualmente considerados. La investigación sobre la solvencia de los clientes. Riesgos y alternativas.
- Las devoluciones por servicios no prestados. Gestión de reembolsos.
- Control de cuentas de crédito. Cobro y reintegro a clientes.
- Procedimientos ante impagos.
- Participación en la gestión de tesorería y control de cuentas de cajas y bancos:
 - Procedimiento de compra de moneda extranjera. Documentación y registro de las operaciones.
 - Emisión de documentos de pago: identificación, diferenciación, formalización.
 - Observación del registro de movimientos de caja y colaboración en la formalización de los impresos administrativos precontables y contables.
 - Colaboración en la realización de controles de caja solventando los desfases.
 - Colaboración en los análisis de extractos de cuentas bancarias, observando la resolución de desfases con los libros/registros de cuentas bancarias de la agencia de viajes.
 - Observación de las medidas de seguridad relacionadas con la documentación contable y el efectivo.
- Utilización de programas informáticos de gestión interna (*back-office*) de agencias de viajes para los procedimientos derivados de la gestión económica.

4. Gestión y control presupuestario y definición de planes para áreas y departamentos de agencias de viajes

- Colaboración en el cálculo de costes totales unitarios y márgenes con respecto a los precios de venta
- Colaboración en la elaboración de presupuestos económicos para establecer programas de actuación
- Colaboración en la determinación de los costes de los distintos recursos
- Colaboración en el cálculo de costes totales unitarios y márgenes con respecto a los precios de venta
- Colaboración en el cálculo del punto muerto de explotación y los niveles de productividad.
- Colaboración en el cálculo de las desviaciones, observando las causas de su aparición y los efectos que producen y la propuesta de soluciones alternativas y el establecimiento de métodos de seguimiento y control presupuestarios
- Observación de la formulación de objetivos determinados en el marco de los planes generales de la empresa y de las opciones de actuación más convenientes para la consecución de los objetivos propuestos en un plan.
- Observación del planteamiento de los programas que se deriven de las actuaciones planificadas, y de la determinación de los medios humanos y materiales necesarios.

5. Dirección e integración de personal en departamentos de agencias de viajes,

- Recepción y emisión de instrucciones e información.
- Observación de la asignación de tareas y coordinación de planes de trabajo.
- Observación de la intervención en los conflictos originados en el equipo de trabajo mediante la negociación y la participación.
- Asistir a la toma de decisiones entre diferentes vías de solución posibles a un conflicto.
- Observación del desempeño del liderazgo, de una manera efectiva y de la dirección de equipos de trabajo, integración y coordinación de las necesidades del grupo en el marco de objetivos, políticas o directrices predeterminados.

- Participación en reuniones de trabajo.
- Observación de un manual de acogida del establecimiento a un nuevo empleado.
- Observación de la asignación de puestos a los nuevos empleados.
- Observación de las operaciones y procesos más significativos que cada nuevo empleado debe desarrollar y los criterios que permitan evaluar el desempeño profesional y sus resultados.
- Observación de la promoción para la comunicación intragrupal entre los miembros antiguos y nuevos del departamento.
- Observación de la delegación de autoridad, animando a la iniciativa personal y la creatividad como medida de motivación y exigiendo responsabilidades.

6. Controles de calidad en agencias de viajes

- Interpretación de indicadores de la calidad propios de los departamentos de las agencias de viajes
- Elaboración de cuestionarios sencillos que permitan medir en nivel de satisfacción de los clientes respecto a los indicadores
- Aplicación de las herramientas básicas para la determinación y análisis de las causas de la no-calidad
- Observación del sistema de calidad, identificando deficiencias y áreas de mejora, estableciendo objetivos de calidad y desarrollando planes de mejora
- Gestión de la documentación e información propia del sistema de calidad implantado.

7. Comunicación en inglés estándar en situaciones propias de los servicios turísticos

- Atención directa en inglés al cliente de agencias de viajes, a su llegada, durante su estancia y a su salida.
- Resolución en inglés contingencias, situaciones emergentes y deficiencias producidas durante la prestación de un servicio.
- Resolución de quejas y reclamaciones en inglés.
- Información y asesoramiento en inglés, sobre destinos, servicios, productos, tarifas, viajes combinados, trayectos, paradas y escalas.
- Atención de demandas de información variada en inglés por parte del cliente o profesional del sector.
- Atención en inglés a proveedores, agencias de viaje y profesionales.
- Gestión en inglés reservas y otros servicios de agencias de viajes.
- Confirmación en inglés los servicios contratados a los clientes y con los proveedores.
- Promoción en inglés un establecimiento, viaje, evento o zona turística entre clientes actuales y potenciales.
- Negociación en inglés con clientes o profesionales del sector, acuerdos de prestación de servicios, colaboración o contratación.
- Comunicación en inglés de forma presencial o telefónica.
- Comunicación en inglés en situaciones formales o informales.
- Comunicación atendiendo a las costumbres en el uso de la lengua.
- Comunicación atendiendo al número de interlocutores y sus características.
- Comunicación con claridad en la pronunciación e interpretar distintos acentos.
- Comunicación en condiciones de ruido ambiental o interferencias.
- Comunicación atendiendo al tiempo del que se dispone.

8. Integración y comunicación en el centro de trabajo

- Comportamiento responsable en el centro de trabajo.
- Respeto a los procedimientos y normas del centro de trabajo.
- Interpretación y ejecución con diligencia las instrucciones recibidas.
- Reconocimiento del proceso productivo de la organización.

- Utilización de los canales de comunicación establecidos en el centro de trabajo.
- Adecuación al ritmo de trabajo de la empresa.
- Seguimiento de las normativas de prevención de riesgos, salud laboral y protección del medio ambiente.

IV. PRESCRIPCIONES DE LOS FORMADORES

Módulo Formativo	Titulación requerida	Experiencia profesional requerida en el ámbito de la unidad de competencia
MF0266_3: Promoción y Venta de Servicios Turísticos	<ul style="list-style-type: none"> • Licenciado en Administración y Dirección de Empresas; • Licenciado en Ciencias Actuariales y Financieras; • Licenciado en Economía; • Diplomado en Turismo; • Diplomado en Ciencias Empresariales; • Técnicos Superior en Agencias de Viajes; 	2 años
MF 0267_2 Procesos económico-administrativos en Agencias de Viajes:	<ul style="list-style-type: none"> • Licenciado en Administración y Dirección de Empresas; • Licenciado en Ciencias Actuariales y Financieras; • Licenciado en Economía; • Diplomado en Turismo; • Diplomado en Ciencias Empresariales; 	2 años
MF0268_3: Gestión de unidades de información y distribución turísticas	<ul style="list-style-type: none"> • Licenciado en Administración y Dirección de Empresas; • Licenciado en Ciencias Actuariales y Financieras; • Licenciado en Economía; • Diplomado en Turismo; • Diplomado en Ciencias Empresariales; 	2 años
MF1057_2: Inglés profesional para turismo	<ul style="list-style-type: none"> • Licenciado en Filología inglesa; • Licenciado en traducción e interpretación; • Cualquier Titulación Superior con la siguiente Formación Complementaria: Certificado de aptitud en los Idiomas correspondientes de la Escuela Oficial de Idiomas. • Cualquier Titulación Universitaria Superior con la siguiente Formación Complementaria: Haber cursado un ciclo de los estudios conducentes a la obtención de la licenciatura del idioma correspondiente junto con los estudios complementarios citados en el apartado anterior. 	1 año

V. REQUISITOS MÍNIMOS DE ESPACIOS E INSTALACIONES

Espacio Formativo	Superficie m ² 15 alumnos	Superficie m ² 25 alumnos
Aula de gestión	45	60
Aula de idiomas	45	60

Espacio Formativo	M1	M2	M3	M4
Aula de gestión	X	X	X	
Aula de idiomas				X

Espacio Formativo	Equipamiento
Aula de gestión	<ul style="list-style-type: none"> - Equipos audiovisuales - PCs instalados en red, cañón de proyección e internet - Software específico de la especialidad - 2 Pizarras para escribir con rotulador - Equipos audiovisuales - Rotafolios - Material de aula - Mesa y silla para formador - Mesas y sillas para alumnos
Aula de idiomas	<ul style="list-style-type: none"> - Equipos audiovisuales - 1 Proyector - Programas informáticos para el aprendizaje de inglés - Reproductores y grabadores de sonido - Diccionarios bilingües

No debe interpretarse que los diversos espacios formativos identificados deban diferenciarse necesariamente mediante cerramientos.

Las instalaciones y equipamientos deberán cumplir con la normativa industrial e higiénico sanitaria correspondiente y responderán a medidas de accesibilidad universal y seguridad de los participantes.

El número de unidades que se deben disponer de los utensilios, máquinas y herramientas que se especifican en el equipamiento de los espacios formativos, será el suficiente para un mínimo de 15 alumnos y deberá incrementarse, en su caso, para atender a número superior.

En el caso de que la formación se dirija a personas con discapacidad se realizarán las adaptaciones y los ajustes razonables para asegurar su participación en condiciones de igualdad.