

INSTRUCCIONES PARA REALIZAR LA PRUEBA DEL MÓDULO PROFESIONAL DE MARKETING TURÍSTICO (Código 0173) POR CONVOCATORIA LIBRE:

Para la Evaluación y Corrección de la prueba, se tendrán en cuenta los Resultados de Aprendizaje y Criterios de Evaluación, que establece el Real Decreto 1254/2009, de 24 de julio, por el que se establece el título de Técnico Superior en Agencias de Viaje y Gestión de Eventos.

- Resultados de Aprendizaje y Criterios de Evaluación:

1. RA 1 Caracteriza el marketing turístico reconociendo los elementos básicos que lo componen.

- a. Se han diferenciado las peculiaridades del marketing de servicios en general y las propias del marketing turístico.
- b. Se han descrito los conceptos, definiciones e instrumentos básicos del marketing turístico.
- c. Se han diferenciado las etapas y la evolución del marketing.
- d. Se ha valorado la importancia de los distintos instrumentos del marketing.
- e. Se han definido los factores y criterios eficaces para orientar al marketing hacia el consumidor.
- f. Se han comparado las diferentes estructuras y enfoques de dirección de marketing.
- g. Se ha identificado la necesidad del marketing en la función comercial de la empresa turística.
- h. Se han analizado las tendencias del marketing en Turismo.

2. RA 2 Interpreta la segmentación del mercado y el posicionamiento del producto-servicio, reconociendo datos cuantitativos y cualitativos.

- a. Se ha identificado y clasificado la segmentación del mercado.
- b. Se han analizado las variables de segmentación más utilizadas en turismo.
- c. Se han definido los requisitos para que la segmentación sea efectiva.
- d. Se ha reconocido la importancia de la segmentación para el diseño de la estrategia comercial de las empresas turísticas.
- e. Se han identificado y valorado los diferentes segmentos de mercado y su atractivo en función del producto-servicio.
- f. Se han definido las estrategias de cobertura de segmentos de mercado.
- g. Se ha identificado el posicionamiento del producto en el mercado.
- h. Se han valorado los instrumentos comerciales y su compatibilidad con los diferentes segmentos de mercado.

3. RA 3 Identifica los elementos del marketing-mix reconociendo su aplicación en el sector turístico.

- a. Se han identificado los elementos del marketing mix.
- b. Se han identificado las etapas del ciclo de vida de un producto y su relación con la toma de decisiones estratégicas.
- c. Se ha analizado los elementos y niveles del producto, así como la aplicación de un sistema de “servucción”.
- d. Se han caracterizado las distintas políticas de marcas en el sector turístico y se ha valorado la importancia de diferenciar el producto.
- e. Se ha valorado la importancia del precio y sus condicionantes como instrumento comercial en las empresas turísticas.
- f. Se han calculado los precios mediante la fijación de métodos de precios idóneos para el sector turístico.
- g. Se ha reconocido la importancia de la publicidad, las RRPP, promoción de ventas y *merchandising* en el sector turístico.
- h. Se ha valorado la función de las ferias turísticas y otros encuentros profesionales como instrumentos de marketing estableciendo la diferencia con otras estrategias promocionales.
- i. Se han identificado los canales de distribución/comercialización directa e indirecta en el sector turístico.
- j. Se ha reconocido la importancia de los sistemas de distribución global y su impacto en la industria turística.

4. RA 4 Aplica las nuevas tecnologías en el marketing turístico analizando sus aplicaciones y oportunidades en el desarrollo de políticas de dicho marketing.

- a. Se han caracterizado las nuevas tecnologías y su utilización.
- b. Se han identificado las aplicaciones de las nuevas tecnologías en marketing.
- c. Se ha valorado la utilización de la Red para comercializar productos y/o servicios turísticos.
- d. Se han utilizado las aplicaciones ofimáticas de una base de datos.
- e. Se han reconocido la aplicación de una base de datos para la investigación comercial y para crear una ventaja competitiva.
- f. Se han determinado los factores que influyen en el marketing directo.
- g. Se ha establecido las pautas para el desarrollo de una estrategia de marketing directo combinado.

5. RA 5 Caracteriza el plan de marketing relacionándolo con los diversos tipos de empresa y productos-servicios.

- a. Se han descrito los elementos básicos que conforman el plan de marketing.
- b. Se ha valorado la importancia de un plan de marketing en una empresa

turística.

- c. Se ha realizado el análisis de otros planes empresariales e institucionales relacionados con el plan de marketing.
- d. Se han identificado los principales factores del entorno con incidencia en el plan de marketing.
- e. Se ha analizado la competencia y el potencial de mercado.
- f. Se ha realizado el plan de acción, con sus estrategias y tácticas.
- g. Se han definido los recursos necesarios para establecer las estrategias propuestas y para la consecución de los objetivos del plan de marketing.
- h. Se ha realizado el control de cumplimiento y calidad del plan de marketing con las técnicas adquiridas.
- i. Se ha realizado la presentación del plan de marketing con las pautas establecidas y ante los responsables implicados.
- j. Se han valorado las implicaciones ambientales de la puesta en funcionamiento de un plan de marketing propuesto.

6. RA 6 Reconoce el proceso de decisión de compra de los consumidores analizando sus motivaciones y necesidades.

- a. Se han identificado las necesidades y motivaciones de los consumidores de productos-servicios turísticos.
- b. Se han identificado las fases del proceso de decisión de compra en el consumidor.
- c. Se han caracterizado los agentes implicados en el proceso de decisión de compra.
- d. Se ha analizado el impacto psicosocial del marketing, la publicidad y las relaciones públicas y su incidencia en el proceso de compra.
- e. Se han caracterizado los puntos clave en el proceso de post-compra y oportunidades de fidelización.
- f. Se han descrito y valorado la percepción y satisfacción de los consumidores mediante los procesos de control de calidad.

7. RA 7 Caracteriza los criterios del “consumerismo” relacionándolos con sociedad, marketing y ética.

- a. Se han caracterizado las peculiaridades de las economías de mercado y sus críticas.
- b. Se han identificado el origen del “consumerismo”, así como su evolución en España.
- c. Se han realizado estudios para analizar la reacción de las empresas ante esta situación.
- d. Se han determinado las respuestas de las empresas y de la sociedad y se

establecen unos principios éticos.

e. Se ha identificado la normativa que protege al consumidor en la U.E. y en España.

f. Se han analizado los derechos y deberes de los consumidores

- características de la prueba:

Se trata de una prueba de contenido teórico-práctico, en la que se tendrán que demostrar conocimientos vinculados con la materia en cuestión objeto de evaluación. Dicha prueba, se estructura en dos bloques uno de cuestiones teóricas y otro de ejercicios prácticos:

- Criterios de calificación:

- La prueba se calificará de 1 a 10 puntos, con la siguiente distribución:

PARTE A: TEÓRICA. (50% de la calificación final).

La parte teórica constará de 20 preguntas cortas, en las que el candidato deberá responder a lo que se le pregunte en el espacio disponible para cada pregunta. tendrá una valoración de cinco (5) puntos, valorándose cada pregunta como máximo en 0,25 puntos. Las preguntas que se dejen en blanco, así como las contestadas erróneamente ni restarán ni sumarán. Para aprobar esta parte, el candidato deberá obtener al menos un 2,5 sobre 5 puntos (calificación total de la parte A)

PARTE B: PRÁCTICA. (50% de la calificación final).

La parte práctica consta de tres ejercicios valorándose los dos primeros ejercicios en dos (2) puntos cada uno de ellos, y el tercero, en un (1) punto. Para aprobar esta parte, el candidato deberá obtener al menos un 2,5 sobre 5 puntos (calificación total de la parte B).

Para aprobar el examen, se tendrá que haber aprobado ambas partes por separado, siendo la calificación final la suma de la calificación obtenida en cada apartado, teórico y práctico.

- Se necesitará un mínimo de 5 puntos para superar la prueba.

- Útiles necesarios para realizar la prueba:

Únicamente un bolígrafo azul o negro, y en todo caso, otro de recambio. Bajo ningún concepto se aceptarán preguntas contestadas o redactadas en lápiz, y, por tanto, no se tendrán en consideración en el cómputo final de la calificación de la prueba. Cualquier tipo de rectificación final, deberá efectuarse antes de que espere la duración máxima estipulada para la prueba. Dichas rectificaciones, se podrán realizar con tìpex o similar, pero sólo en las hojas de respuestas de las

preguntas tipo test. Se necesitará calculadora simple. Y no se admitirá, bajo ningún concepto, el móvil como calculadora.

- Duración de la prueba: 2 horas

- Orientaciones para el alumnado:

Los contenidos objeto de evaluación se corresponden con los contenidos mínimos establecidos en el **Real Decreto 1254/2009**, de 24 de julio, por el que se establece el título de Técnico Superior en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos y se fijan sus enseñanzas mínimas, así como por los contenidos establecidos por la **Orden 33/2012, de 22 de junio**, de la Conselleria de Educación, Formación y Empleo, por la que se establece para la Comunitat Valenciana el currículo del ciclo formativo de grado superior correspondiente al título de Técnico Superior en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos.

Contenidos vinculados con el RA 1:

- Marketing turístico.
- Relación con el sector de la hostelería y el turismo.
- Evolución de la función del márketing: orientación hacia el consumidor.
- El futuro del marketing.

Contenidos vinculados con el RA 2:

- Variables de segmentación más utilizadas en turismo.
- Aplicación de la segmentación al diseño de la estrategia comercial de las empresas turísticas.
- Tipos de estrategias de cobertura del mercado.
- Posicionamiento en el mercado: conceptos, estrategias, métodos.
- Instrumentos comerciales y compatibilidad de los segmentos.

Contenidos vinculados con el RA3:

- Producto, precio, distribución/comercialización y promoción.
- Definición, aplicación y estrategias.
- El producto-servicio. Niveles y elementos.
- La «servucción».
- El ciclo de vida del producto y de los destinos turísticos.
- Desarrollo y lanzamiento de los nuevos productos turísticos.
- Políticas de marcas en el sector turístico.
- Políticas de precios en el sector turístico: condicionantes y métodos de fijación de precios.
- La promoción turística en el mix promocional: la publicidad, las relaciones públicas, materiales de promoción, las promociones de ventas/*merchandising*, las ferias turísticas, *work shops*, *fam-trips* y otros.

Contenidos relacionados con el RA 4:

- Marketing directo en turismo y nuevas tecnologías.
- Concepto, evolución, elementos y principios del márketing en Internet.
- Creación y mantenimiento de las bases de datos.
- Objetivos generales del desarrollo de una base de datos de márketing.
- Marketing directo. Factores que influyen en su expansión.
- Materiales de soporte y de desarrollo de políticas de márketing directo.
- El márketing directo y su desarrollo.

Contenidos relacionados con el RA 5:

- Plan de marketing. Elementos y finalidad.
- Análisis y previsiones sobre los factores del entorno.
- Segmentación y público objetivo.
- Planes de acción: estrategias y tácticas.
- Objetivos y cuotas de ventas.
- Recursos necesarios para respaldar las estrategias y alcanzar los objetivos.
- Seguimiento y control del marketing.
- Presentación y promoción del plan.
- Auditoría ambiental del plan.

Contenidos relacionados con el RA 6:

- Necesidades y motivaciones de los consumidores.
- Fases del proceso de decisión.
- Post-compra y fidelización.
- Tendencias de consumo.
- Los nuevos consumidores en el sector turístico.
- Herramientas de control de la calidad y la satisfacción del cliente.
- Implementación en empresas del sector turístico.

Contenidos relacionados con el RA 7:

- El "consumerismo".
- Descripción y análisis de sistemas y conceptos básicos.
- La evolución en España.
- La reacción de la empresa y su respuesta.
- Normativa que regula al consumidor y sus derechos en la UE y en España: legislación genérica y específica.
- Derechos y deberes de los consumidores.
- Reclamaciones.

- **Otros materiales:** Normativa turística de la Comunidad Valenciana.

INSTRUCCIONES PARA REALIZAR LA PRUEBA DEL MÓDULO PROFESIONAL DE DESTINOS TURISTICOS (Código 0383) POR CONVOCATORIA LIBRE:

Para la Evaluación y Corrección de la prueba, se tendrán en cuenta los Resultados de Aprendizaje y Criterios de Evaluación, que establece el Real Decreto 1254/2009, de 24 de julio, por el que se establece el título de Técnico Superior en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos.

RA 1. Identifica la geografía turística de España, distinguiendo su división administrativa y los aspectos más relevantes de su relieve, hidrografía y clima.

Criterios de evaluación:

- a) Se ha identificado el concepto de geografía turística y su importancia para el conocimiento integral de los destinos.
- b) Se ha identificado la organización territorial y administrativa de España, distinguiendo las comunidades autónomas, provincias y comarcas más representativas y los municipios turísticos más relevantes, ubicándolos en el espacio geográfico.
- c) Se han identificado y descrito las principales características, unidades físicas y accidentes geográficos del relieve de España.
- d) Se han identificado los principales elementos característicos de la hidrografía y el litoral.
- e) Se han identificado y descrito los paisajes característicos y la vegetación autóctona, así como los principales espacios naturales protegidos.
- f) Se han identificado y descrito las características generales del clima de España.
- g) Se ha analizado la distribución de la población en el conjunto del Estado español.
- h) Se han identificado los principales elementos característicos de las diferentes culturas y pueblos de España.
- i) Se ha valorado la pluralidad de lenguas, culturas, costumbres, ritos y creencias de las comunidades autónomas españolas.
- j) Se han identificado los materiales y fuentes para el estudio de los destinos turísticos.

RA 2. Identifica los principales elementos de la geografía turística de Europa y del resto del mundo reconociendo la división política de los continentes y sus Estados,

el relieve, la hidrografía y el clima.

Criterios de evaluación:

- a) Se han descrito las funciones de la Organización Mundial del Turismo, (OMT), en el contexto de la división territorial de los países en regiones y subregiones.
- b) Se han identificado las regiones y subregiones turísticas de la OMT, ubicándolas en el espacio geográfico.
- c) Se ha analizado la organización política y territorial de Europa.
- d) Se han identificado las principales unidades físicas de Europa.
- e) Se han distinguido los países comunitarios y los no comunitarios, así como los territorios dependientes de dentro y fuera de Europa, ubicándoles en el espacio geográfico.
- f) Se han descrito los elementos y características más relevantes y representativos del relieve, la hidrografía y el litoral europeos.
- g) Se han descrito las unidades físicas, paisajes y vegetación más relevantes; así como los principales espacios naturales protegidos y las características generales del clima europeo.
- h) Se han analizado las características más sobresalientes de las diferentes culturas y pueblos de Europa.
- i) Se ha valorado la pluralidad de lenguas, culturas, costumbres, ritos y creencias de los diferentes Estados de Europa.
- j) Se han descrito las características más relevantes de relieve, hidrografía, vegetación, clima y diversidad cultural del resto de regiones y subregiones del mundo.

RA 3. Identifica los principales destinos turísticos de España describiendo y valorando sus recursos y oferta turística.

Criterios de evaluación:

- a) Se han ubicado destinos turísticos en su espacio geográfico.
- b) Se han caracterizado los diferentes destinos turísticos españoles atendiendo a su especialización turística.
- c) Se ha reconocido la oferta turística más relevante en cada tipología de destinos.

- d) Se han identificado los recursos culturales, naturales y de otro tipo en los diferentes destinos.
- e) Se han seleccionado los destinos más relevantes atendiendo a diversos factores: comercial, por tendencia o promocional.
- f) Se ha identificado la coincidencia de tipologías turísticas en un mismo destino.
- g) Se han utilizado diversas fuentes de información.

RA 4. Identifica los principales destinos turísticos de Europa y del resto del mundo, describiendo y valorando sus recursos y oferta turística.

Criterios de evaluación:

- a) Se han ubicado los principales destinos turísticos internacionales en su espacio geográfico.
- b) Se han caracterizado los diferentes destinos turísticos internacionales atendiendo a su especialización turística.
- c) Se ha reconocido la oferta turística más relevante en cada tipología de destinos internacionales.
- d) Se han identificado los recursos culturales, naturales y de otro tipo en los diferentes destinos internacionales.
- e) Se han seleccionado los destinos más relevantes atendiendo a diversos factores: comercial, por tendencia o promocional.
- f) Se ha identificado la coincidencia de tipologías turísticas en un mismo destino.
- g) Se han utilizado diversas fuentes de información.

CARACTERÍSTICAS DE LA PRUEBA:

Se trata de una prueba de contenido teórico-práctico, en la que se tendrán que demostrar conocimientos vinculados al conocimiento de los destinos turísticos nacionales e internacionales y la localización geográfica de diversos destinos turísticos sobre mapas.

- Criterios de calificación:

De 0 a 10 puntos

RÚBRICA DE EVALUACIÓN DEL EXAMEN

PARTE 1: PRUEBA TEÓRICA (7 puntos)

TIPO DE EXAMEN	TEST CON 70 Preguntas
PUNTUACIÓN	Aciertos 0,05 2 respuestas incorrectas anulan 1 correcta Respuesta en blanco no penaliza
MAXIMA PUNTUACIÓN	7 PUNTOS
MINIMO PARA APROBAR	3,5 PUNTOS

PARTE 2. PRUEBA PRÁCTICA (3 puntos)

EJERCICIO PRACTICO "MAPA MUDO DEL MUNDO"	Ubicar en el mapamundi 10 destinos turísticos por continente Total = 50 destinos
PUNTUACIÓN	Aciertos 0,06 X 50 Destinos= 3 puntos
MAXIMA PUNTUACIÓN	3 PUNTOS
MINIMO PARA APROBAR	SE REQUIERE UN MINIMO DE 1,5 PUNTOS PARA SUMAR LA NOTA AL TEST TEÓRICO

CRITERIO FINAL DE CALIFICACIÓN:

Es obligatorio aprobar ambas partes:

*Parte Teórica: $\geq 3,5$ sobre 7

* Parte Práctica: $\geq 1,5$ sobre 3

Solo si se cumplen ambas condiciones, se suman las puntuaciones.

Se necesitará un mínimo de 5 puntos para superar la prueba.

En caso contrario: **NO APTO**

-ÚTILES NECESARIOS PARA REALIZAR LA PRUEBA:

Únicamente un bolígrafo azul o negro, y en todo caso, otro de recambio.

Bajo ningún concepto se aceptarán preguntas contestadas o ejercicios entregados a lápiz, y, por tanto, no se tendrán en consideración en el cómputo final de la calificación de la prueba.

Cualquier tipo de rectificación final, deberá efectuarse antes de que expire la duración máxima estipulada para la prueba. Dichas rectificaciones, se podrán realizar con títex o similar, pero sólo en las hojas de respuestas de las preguntas tipo test o ejercicios.

-DURACIÓN DE LA PRUEBA: 2 horas

-OBSERVACIONES:

Al final del bloque de preguntas, se facilitará una plantilla de respuestas.

Sólo se corregirá la plantilla de respuestas, y no las señalizaciones que se puedan realizar en las preguntas efectuadas a lo largo del examen

**INSTRUCCIONES PARA REALIZAR LA PRUEBA DEL MÓDULO
PROFESIONAL DE ESTRUCTURA DEL MERCADO TURÍSTICO (Código 0171)
POR CONVOCATORIA LIBRE:**

Para la Evaluación y Corrección de la prueba, se tendrán en cuenta los Resultados de Aprendizaje y Criterios de Evaluación, que establece el Real Decreto 1254/2009, de 24 de julio, por el que se establece el título de Técnico Superior en Agencias de Viaje y Gestión de Eventos.

- Resultados de Aprendizaje y Criterios de Evaluación:**1. Contextualiza el sector turístico, su evolución histórica y situación actual, analizando sus implicaciones como actividad socioeconómica.**

- a) Se han definido los elementos básicos que caracterizan el sector turístico.
- b) Se ha analizado la evolución del turismo.
- c) Se han identificado y caracterizado las diferentes instituciones públicas o privadas relacionadas con el sector turístico.
- d) Se ha valorado la importancia de la actividad turística respecto al desarrollo económico y social del núcleo turístico.
- e) Se identifican los encuentros nacionales e internacionales en materia de turismo y su importancia para el sector.
- f) Se ha reconocido el uso de las nuevas tecnologías en el sector turístico y su impacto como elemento dinamizador en éste.

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

- a) Se han definido las diferentes tipologías turísticas relacionándolas con las características básicas de las mismas.
- b) Se han localizado las distintas tipologías turísticas por su distribución geográfica.
- c) Se han relacionado los diferentes factores que influyen en la localización espacial según el tipo de turismo de la zona.
- d) Se han descrito las ventajas e inconvenientes del desarrollo turístico de una zona.
- e) Se ha analizado las tendencias de las tipologías turísticas nacionales.
- f) Se han analizado las tendencias de las tipologías turísticas internacionales.
- g) Se han valorado los factores que influyen en la demanda y la incidencia que podemos hacer sobre ellos y su distribución.

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

- a) Se ha definido la oferta turística junto con los elementos y estructura básica de la misma.

- b) Se han caracterizado los canales de intermediación turística, así como los nuevos sistemas de distribución.
- c) Se han diferenciado las empresas de alojamientos turísticos según su tipología y características básicas.
- d) Se han identificado los diferentes medios de transporte de carácter turístico y los servicios ligados a ellos.
- e) Se ha caracterizado la oferta complementaria.
- f) Se han descrito las peculiaridades del núcleo turístico.
- g) Se ha valorado la importancia del turismo en la economía del núcleo turístico.

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

- a) Se han conceptualizado y determinado los factores de la demanda turística.
- b) Se ha clasificado a los clientes por su tipología y nacionalidad.
- c) Se han descrito los diferentes elementos externos que influyen en la elasticidad de la demanda.
- d) Se han caracterizado las principales motivaciones de la demanda turística.
- e) Se ha caracterizado la estacionalización de la demanda y técnicas de desestacionalización.
- f) Se ha analizado la metodología de compra según el tipo de clientela.
- g) Se han investigado las tendencias actuales de la demanda, así como los mercados emergentes.
- h) Se ha valorado la importancia de conocer a la clientela como elemento dinamizador de la demanda turística.

- Características de la prueba:

Se trata de una prueba de contenido teórico, en la que se tendrán que demostrar conocimientos vinculados con las características de la oferta y la demanda del sector turístico. Dicha prueba, se estructura en tres bloques de cuestiones:

- BLOQUE I: Introducción al Sector Turístico (30 %).
- BLOQUE II: Estructura de la Oferta Turística (45 %).
- BLOQUE III: Caracterización de la Demanda Turística (25 %).

- Criterios de calificación:

- La prueba se calificará de 1 a 10 puntos, con la siguiente distribución:

- BLOQUE I: Consta de 30 preguntas tipo test con cuatro posibles respuestas cada una (algunas con cinco), con una valoración total de 3 puntos (0,1 puntos cada una), y, por tanto, el 30 % de la prueba. Cada 2 preguntas erróneamente contestadas, descontaran una correctamente contestada. La pregunta no contestada, ni sumará, ni restará.

- BLOQUE II: Consta de 25 preguntas tipo test con cuatro posibles

respuestas cada una, con una valoración de 2,5 puntos (0,1 puntos cada una), y 2 preguntas de desarrollo breve, con una valoración de 1 punto cada una de ellas. Por tanto, el total del Bloque II, supone 4,5 puntos [45 % (25 % + 20 %)]. Cada 2 preguntas erróneamente contestadas, descontaran una correctamente contestada.

-

- La pregunta no contestada, ni sumará, ni restará. Los aspectos a los que se pide hacer referencia en las preguntas de desarrollo son muy específicos, y por tanto, no se valorará cualquier otro tipo de información que se conteste en estas preguntas, y que no esté directamente relacionado, con lo que estrictamente se pide en las mismas.

- **BLOQUE III:** Consta de 24 preguntas tipo test, 21 con cuatro posibles respuestas cada una, y una valoración total de 2,1 puntos (0,1 puntos cada una). Las preguntas 22, 23 y 24, son de relacionar conceptos, con una valoración total de 0,40 puntos, y no restarán dentro del cómputo global de este bloque de preguntas. Por tanto, se acumula un total de 2,5 puntos, el 25 % del total de la prueba. Cada 2 preguntas erróneamente contestadas, descontaran una correctamente contestada, a excepción de las preguntas 22, 23 y 24, que no entran en el cómputo. La pregunta no contestada, ni sumará, ni restará.

- **Se necesitará un mínimo de 5 puntos para superar la prueba.**

- **Útiles necesarios para realizar la prueba:**

Únicamente un bolígrafo azul o negro, y en todo caso, otro de recambio. Bajo ningún concepto se aceptarán preguntas contestadas o redactadas en lápiz, y, por tanto, no se tendrán en consideración en el cómputo final de la calificación de la prueba. Cualquier tipo de rectificación final, deberá efectuarse antes de que espire la duración máxima estipulada para la prueba. Dichas rectificaciones, se podrán realizar con títex o similar, pero sólo en las hojas de respuestas de las preguntas tipo test.

- **Duración de la prueba:** Se dispondrá de un máximo de 3 horas para realizar la prueba.

- **Observaciones:**

Al final de cada bloque de preguntas, se facilita una hoja de respuestas. Se tendrán en cuenta las respuestas escritas en dicha plantilla, y no las señalizaciones que se puedan realizar en las preguntas efectuadas a lo largo del examen.

- **Orientaciones para el alumnado:**

Se recomienda el uso del libro de texto, Estructura del Mercado Turístico, de la Editorial Paraninfo, con ISBN: 978-84-1366-527-6, (3ª edición). Madrid, 2023. La 2ª edición, es del año 2016, y en el caso de utilizarse, se deberían actualizar algunos contenidos.

- Otros materiales:

- Normativa turística de la Comunidad Valenciana, relacionada con la oferta turística.
- Estadísticas más recientes de la ONU TURISMO / OMT relacionadas con la actividad económica y con las llegadas y salidas internacionales de turistas.

INSTRUCCIONES PARA REALIZAR LA PRUEBA DEL MÓDULO PROFESIONAL DE RECURSOS TURÍSTICOS (Código 0384) POR CONVOCATORIA LIBRE:

Para la Evaluación y Corrección de la prueba, se tendrán en cuenta los Resultados de Aprendizaje y Criterios de Evaluación, que establece el Real Decreto 1254/2009, de 24 de julio, por el que se establece el título de Técnico Superior en Agencias de Viaje y Gestión de Eventos.

Resultados de Aprendizaje y Criterios de Evaluación:

RA 1. Identifica los recursos turísticos del territorio analizando su tipología, características y normativa de protección.

Criterios de evaluación:

- Se han detectado los recursos turísticos más destacados de cada CC.AA.
- Se han clasificado atendiendo a las tipologías y empleando la legislación vigente en cada caso.
- Se ha determinado el tipo de recurso del que se trata y explicado atendiendo a sus peculiaridades y a la singularidad.
- Se han diseñado bases de datos de recursos turísticos por áreas o zonas, diferenciando así la tipología de espacios turísticos en relación con los recursos que existen en la zona.
- Se ha definido cuál es la protección legal e institucional existente para los diferentes recursos.
- Se han reconocido los organismos e instituciones para la tutela de los recursos.
- Se ha definido el proceso de petición para solicitar la declaración de un recurso en relación a su tipología y características.
- Se han recabado los documentos necesarios para solicitar la catalogación de un bien o recursos de la forma más adecuada.

RA 2. Interpreta los conceptos básicos del arte caracterizando el patrimonio artístico de España.

Criterios de evaluación:

- Se han identificado los aspectos básicos del arte universal.
- Se han detectado las principales manifestaciones artísticas del país.
- Se han reconocido prototipos artísticos que constituyen los modelos universales y nacionales.
- Se han discriminado las características técnicas y culturales de cada estilo.

- Se han identificado las principales líneas conceptuales que fundamentan una cultura donde se insertan las manifestaciones artísticas tanto de pintura como escultura y arquitectura.
- Se han reconocido los centros culturales de interés con actividad turística.

RA 3. Identifica el patrimonio sociocultural de España analizando su diversidad.

Criterios de evaluación:

- Se han identificado los objetivos y los elementos clave para clasificar los distintos tipos de patrimonio histórico y cultural.
- Se han elaborado fichas que identifiquen los recursos y sus descripciones más adecuadas para clasificar la tipología del recurso y la importancia del mismo.
- Se han identificado las ciudades Patrimonio de la Humanidad de nuestro país, así como otros bienes inscritos en la Lista de Patrimonio Mundial, como «BIC» y otro tipo de bienes clasificados.
- Se han diseñado fórmulas para clasificar e interpretar otro tipo de recursos como gastronomía, museos, etnografía, etnología y tradiciones de las localidades.
- Se han clasificado las fiestas tradicionales de las distintas comunidades y se han diferenciado las de interés turístico Internacional, nacional y las que se celebran en CC.AA.
- Se han identificado los principales museos y centros culturales del territorio nacional así como los contenidos genéricos de los mismos.

RA 4. Analiza el patrimonio natural-paisajístico de España caracterizándose e interpretándose como recurso turístico.

Criterios de evaluación:

- Se han identificado los objetivos y los elementos clave para clasificar los distintos tipos de recursos naturales y paisajísticos.
- Se han clasificado los distintos tipos de espacios naturales protegidos y no protegidos (litoral, montaña, espacios húmedos y otros).
- Se han definido las características de las diferentes clasificaciones legales existentes.
- Se han propuesto métodos para sensibilizar al visitante y prevenir conflictos en la relación turismo-naturaleza.
- Se han utilizado los sistemas de información geográfica como herramienta de planificación y uso de los recursos naturales para uso turístico.



- Se ha definido cuál es la protección legal e institucional del patrimonio natural: organismos e instituciones en la tutela del patrimonio, acuerdos y convenios internacionales, normativa de la Unión Europea.

RA 5. Interpreta globalmente el patrimonio artístico, sociocultural e histórico, analizando las estrategias necesarias para su aplicación como recurso turístico.

Criterios de evaluación:

- Se han establecido los métodos más adecuados para llevar a cabo la interpretación.
- Se han caracterizado los diferentes sistemas de interpretación en función del tipo de recurso que se explique o sobre el que se intervenga.
- Se ha realizado la planificación interpretativa, según el nivel de actuación y en función a las diferentes fases.
- Se han identificado de forma correcta las fases de una planificación interpretativa.
- Se han descrito diferentes formas de llevar a cabo una interpretación de recursos, tales como rutas, publicaciones interpretativas, señales y carteles, exhibiciones, medios audiovisuales y centros de visitantes.
- Se han definido los métodos de evaluación y control en la interpretación.
- Se han diseñado los correspondientes cuestionarios de satisfacción.

Características de la prueba:

Se trata de una prueba de contenido teórico-práctico, en la que se tendrán que demostrar conocimientos vinculados al conocimiento y la interpretación de recursos turísticos. Dicha prueba, se estructura en dos bloques uno de cuestiones teóricas y otro de ejercicios prácticos:

RÚBRICA DE EVALUACIÓN DEL EXAMEN

PARTE 1: PRUEBA TEÓRICA (7 puntos)

Formato	70 preguntas tipo test
Puntuación	Cada acierto: 0,1 puntos Cada 2 errores restan 0,1 No contestadas: no penalizan
Fórmula	$Nota = (Aciertos \times 0,1) - ((Errores / 2) \times 0,1)$

Máximo	7 puntos
Mínimo para aprobar	3,5 puntos
CADA DOS PREGUNTAS MAL RESTA UNA BIEN.	

PARTE 2: PRUEBA PRÁCTICA (3 puntos)

Ejercicio	Descripción	Puntuación
Ejercicio 1	IDENTIFICACIÓN ELEMENTOS DE DOS TIPOLOGÍAS ARQUITECTÓNICAS	1 punto
Ejercicio 2	IDENTIFICACIÓN OBRAS ESCULTÓRICAS (PERIODO ARTÍSTICO Y AUTOR)	1 punto
Ejercicio 3	IDENTIFICACIÓN OBRAS PICTÓRICAS (PERIODO ARTÍSTICO Y AUTOR)	1 punto

Condición: mínimo 1,5 puntos para aprobar esta parte.

CRITERIOS FINAL CALIFICACIÓN.

Es obligatorio aprobar ambas partes:

- Teórica: $\geq 3,5$ sobre 7
- Práctica: $\geq 1,5$ sobre 3

Solo si se cumplen ambas condiciones, se suman las puntuaciones. Se necesitará un mínimo de 5 puntos para superar la prueba.

En caso contrario: NO APTO

Útiles necesarios para realizar la prueba:

Únicamente un bolígrafo azul o negro, y en todo caso, otro de recambio. Bajo ningún concepto se aceptarán preguntas contestadas o ejercicios entregados a lápiz, y, por tanto, no se tendrán en consideración en el cómputo final de la calificación de la prueba. Cualquier tipo de rectificación final, deberá efectuarse antes de que expire la duración máxima estipulada para la prueba. Dichas rectificaciones, se podrán realizar con tìpex o similar, pero sólo en las hojas de respuestas de las preguntas tipo test o ejercicios.

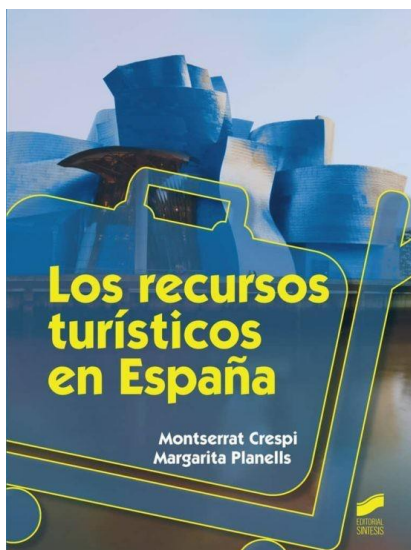
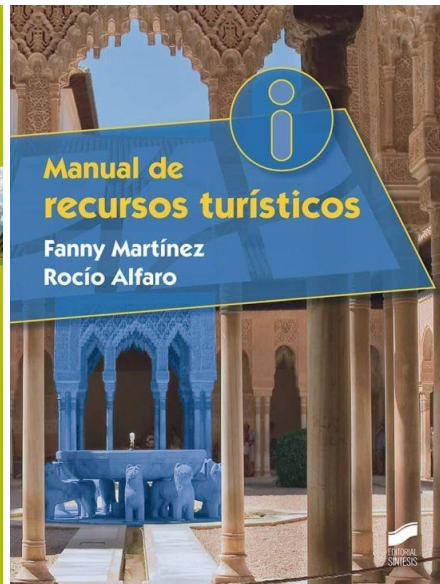
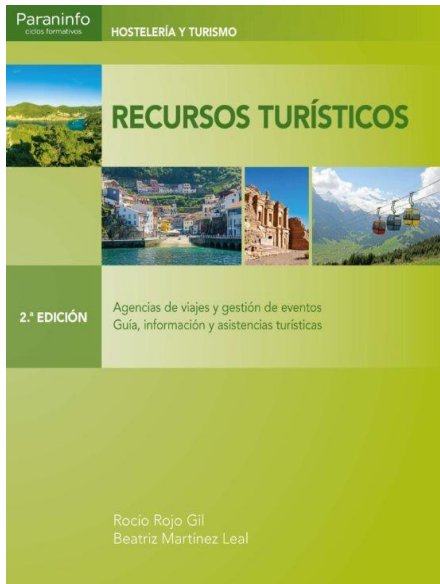
Duración de la prueba: 2 HORAS

Observaciones:

Al final del bloque de preguntas, se facilita una hoja de respuestas. Se tendrán en cuenta las respuestas escritas en dicha plantilla, y no las señalizaciones que se puedan realizar en las preguntas efectuadas a lo largo del examen.

Orientaciones para el alumnado:

Libros de texto recomendados:



INSTRUCCIONES PARA REALIZAR LA PRUEBA DEL MÓDULO PROFESIONAL DE VENTA DE SERVICIOS TURÍSTICOS (Código 0398) POR CONVOCATORIA LIBRE:

Para la Evaluación y Corrección de la prueba, se tendrán en cuenta los Resultados de Aprendizaje y Criterios de Evaluación, que establece el Real Decreto 1254/2009, de 24 de julio, por el que se establece el título de Técnico Superior en Agencias de Viaje y Gestión de Eventos.

- Resultados de Aprendizaje y Criterios de Evaluación:

RA 1. Relaciona distintos tipos de servicios en agencias de viajes analizando y caracterizando los elementos que los componen.

- a) Se han identificado y caracterizado los distintos medios de transporte susceptibles de ser vendidos en las agencias de viajes.
- b) Se han identificado los principales proveedores de transporte y los productos/servicios que ofertan.
- c) Se han analizado las principales tarifas y las condiciones del servicio, así como los impuestos y tasas que se les aplican.
- d) Se ha interpretado la normativa vigente aplicable al transporte de personas en diversos medios.
- e) Se han identificado y caracterizado los servicios/productos que ofertan y las tarifas que se aplican en el alojamiento turístico.
- f) Se ha interpretado la normativa básica de regulación de alojamientos turísticos.
- g) Se ha caracterizado la venta de viajes combinados, así como los principales proveedores y productos del mercado.
- h) Se han caracterizado otros servicios susceptibles de ser vendidos en las agencias de viajes, sus tarifas y condiciones.
- i) Se han reconocido los principales sistemas globales de distribución.
- j) Se ha analizado la venta de servicios turísticos a través de internet y la función de las agencias virtuales.

RA 2. Aplica técnicas de venta identificando sus características, sus procedimientos y su secuenciación.

- a) Se han reconocido distintas tipologías de clientes, así como sus distintas necesidades y motivaciones en la compra de servicios turísticos.
- b) Se han identificado los principios básicos de las técnicas de venta en las agencias de viajes.
- c) Se han reconocido los procesos en las distintas etapas de la venta de servicios/productos en las agencias de viajes.
- d) Se ha descrito el proceso de la negociación y aplicado las técnicas apropiadas.
- e) Se han reconocido los métodos para la venta telefónica.

f) Se ha valorado la aplicación de técnicas de ventas como instrumento de la gestión comercial de las agencias de viajes.

RA 3. Realiza la venta de servicios caracterizando y aplicando los procedimientos asociados.

a) Se han identificado y caracterizado diversas fuentes de información utilizadas en la venta de servicios/productos en agencias de viajes.

b) Se ha obtenido información sobre servicios / productos, sus condiciones específicas, tarifas y sobre destinos.

c) Se ha asesorado al cliente sobre aspectos generales y específicos del producto/servicios o destino.

d) Se han caracterizado y aplicado los procesos de reserva y confirmación de servicios turísticos.

e) Se ha descrito el procedimiento en caso de no-confirmación y se han ofrecido otras alternativas.

f) Se ha seguido el protocolo establecido para la cumplimentación y archivo de la documentación.

g) Se ha identificado y aplicado la normativa vigente.

h) Se han aplicado sistemas informáticos, terminales y sistemas globales de distribución para la gestión de reservas.

i) Se han identificado los parámetros de calidad del servicio de atención al cliente en las agencias de viajes.

j) Se han aplicado técnicas de comunicación y atención al cliente específicas para la venta de servicios en agencias de viajes.

RA 4. Realiza operaciones de cierre y post - venta describiendo y aplicando los procedimientos estandarizados.

a) Se han caracterizado los diferentes tipos de documentos emitidos por las agencias para los prestatarios de los servicios.

b) Se ha gestionado y emitido la documentación relativa a la venta de los servicios/productos turísticos.

c) Se ha formalizado el procedimiento de facturación de los servicios y emisión de la documentación relacionada.

d) Se han caracterizado diversos sistemas y formas de cobro de servicios.

e) Se han reconocido las variables que influyen en la política de crédito, teniendo en cuenta los posibles riesgos.

f) Se ha identificado el procedimiento para la gestión de cancelaciones teniendo en cuenta la normativa vigente.

g) Se ha caracterizado la información/instrucciones previas al viaje o servicio.

h) Se han identificado los procesos relativos a la post - venta y a la fidelización de clientes.

i) Se han aplicado sistemas informáticos, terminales y sistemas globales de

distribución para la emisión de la documentación.

Características de la prueba:

Se trata de una prueba de contenido teórico-práctico, en la que se tendrán que demostrar conocimientos vinculados con la venta y comercialización de los productos turísticos. Dicha prueba, se estructura en dos bloques uno de cuestiones teóricas y otro de ejercicios prácticos:

RUBRICA DE EVALUACIÓN DEL EXAMEN

PARTE 1: PRUEBA TEÓRICA (7 puntos)

Formato	70 preguntas tipo test
Puntuación	Cada acierto: 0,1 puntos Cada 2 errores restan 0,1 No contestadas: no penalizan
Fórmula	$Nota = (Aciertos \times 0,1) - ((Errores / 2) \times 0,1)$
Máximo	7 puntos
Mínimo para aprobar	3,5 puntos
CADA DOS PREGUNTAS MAL RESTA UNA BIEN.	

PARTE 2: PRUEBA PRÁCTICA (3 puntos)

Ejercicio	Descripción	Puntuación
Ejercicio 1	Cotización de transporte	1 punto
Ejercicio 2	Obtención punto muerto	1 punto
Ejercicio 3	Cotización de viaje combinado	1 punto

Condición: mínimo 1,5 puntos para aprobar esta parte.

CRITERIOS FINAL CALIFICACIÓN.

Es obligatorio aprobar ambas partes:

- Teórica: $\geq 3,5$ sobre 7
- Práctica: $\geq 1,5$ sobre 3

Solo si se cumplen ambas condiciones, se suman las puntuaciones. Se necesitará un mínimo de 5 puntos para superar la prueba.

En caso contrario: NO APTO

- Útiles necesarios para realizar la prueba:

Únicamente un bolígrafo azul o negro, y en todo caso, otro de recambio. Bajo ningún concepto se aceptarán preguntas contestadas o ejercicios entregados a lápiz, y, por tanto, no se tendrán en consideración en el cómputo final de la calificación de la prueba. Cualquier tipo de rectificación final, deberá efectuarse antes de que espire la duración

máxima estipulada para la prueba. Dichas rectificaciones, se podrán realizar con t́pex o similar, pero sólo en las hojas de respuestas de las preguntas tipo test o ejercicios.

Se necesitará calculadora simple. Y no se admitirá, bajo ningún concepto, el móvil cómo calculadora.

- Duración de la prueba: 3 Horas

-

- Observaciones:

Al final del bloque de preguntas, se facilita una hoja de respuestas. Se tendrán en cuenta las respuestas escritas en dicha plantilla, y no las señalizaciones que se puedan realizar en las preguntas efectuadas a lo largo del examen.

- Orientaciones para el alumnado:

Libro de texto recomendado

**Comercialización y venta de servicios
turísticos Celia Ameigeiras
ISBN Papel: 9788490770146
EDITORIAL SINTÉSIS**

Se divide su índice en cuatro bloques, de la siguiente forma:

PARTE I TIPOLOGÍA DE SERVICIOS EN AGENCIAS DE VIAJESLA INTERMEDIACIÓN EN LA VENTA DEL TRANSPORTE AÉREO

1. INTERMEDIACIÓN EN LA VENTA DEL TRANSPORTE
2. LA INTERMEDIACIÓN EN LA VENTA DEL TRANSPORTE FERROVIARIO
3. LA INTERMEDIACIÓN EN LA VENTA DEL TRANSPORTE POR CARRETERA
4. INTERMEDIACIÓN EN LA VENTA DE ALOJAMIENTO TURÍSTICO Y SERVICIOS DE RESTAURACIÓN.
5. LA INTERMEDIACIÓN EN LA VENTA DE VIAJES COMBINADOS
6. LA INTERMEDIACIÓN EN LA VENTA DE OTROS SERVICIOS TURÍSTICOS

PARTE II VENTA DE SERVICIOS

1. FUENTES DE INFORMACIÓN PARA LA VENTA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS TURÍSTICOS EN AGENCIAS DE VIAJES
2. SISTEMAS DE GESTIÓN Y RESERVA DE PRODUCTOS TURÍSTICOS
3. AGENCIAS VIRTUALES. VENTAS POR INTERNET Y CENTRALES DE RESERVA.
4. LA CALIDAD EN LA VENTA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS TURÍSTICOS EN AGENCIAS DE VIAJES

PARTE III OPERACIONES DE CIERRE Y POSTVENTA.

1. PRINCIPALES DOCUMENTOS PARA LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS

TURÍSTICOS. PROCEDIMIENTOS DE EMISIÓN Y VENTA

2. PROCEDIMIENTOS DE FACTURACIÓN Y COBRO DE SERVICIOS A CLIENTES

PARTE IV APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE VENTA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS TURÍSTICOS.

1. ATENCIÓN AL CLIENTE. TIPOLOGIAS DE CLIENTES.
2. TÉCNICAS DE VENTA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS TURÍSTICOS
3. LA COMUNICACIÓN

OTROS MATERIALES:

- Normativa turística de la Comunidad Valenciana, relacionada con las agencias de viajes y el Turismo.
- Estadísticas de la OMT relacionadas con la actividad económica y con las llegadas y salidas internacionales de turistas.

INSTRUCCIONES PARA LA REALIZACIÓN DE LA PRUEBA DEL MÓDULO PROFESIONAL DE PROTOCOLO Y RELACIONES PÚBLICAS (Código 0172), POR CONVOCATORIA LIBRE:

Para la evaluación y corrección de la prueba, se tendrán en cuenta los Resultados de Aprendizaje y Criterios de Evaluación, que establece el Real Decreto 1254/2009, de 24 de julio, por el que se establece el título de Técnico Superior en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos y se fijan sus enseñanzas mínimas.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

El módulo profesional se estructura en tres grandes bloques de contenido: Bloque 1: Protocolo institucional y empresarial (RA1 y RA2). Bloque 2: Relaciones públicas (RA3). Bloque 3: Comunicación y atención al cliente (RA4, RA5 y RA6).

BLOQUE 1: PROTOCOLO INSTITUCIONAL Y EMPRESARIAL

RA1. Aplica el protocolo institucional, analizando los diferentes sistemas de organización y utilizando la normativa de protocolo y precedencias oficiales.

Criterios de evaluación:

- Se han definido los elementos que conforman el protocolo institucional.
- Se han determinado los criterios para establecer la presidencia en los actos oficiales.
- Se han caracterizado los diferentes sistemas de ordenación de los invitados en función del tipo de acto.
- Se ha reconocido la normativa de protocolo y precedencias oficiales del Estado y otras instituciones.
- Se han elaborado programas protocolarios en función del evento.
- Se ha caracterizado el diseño y planificación de actos protocolarios.
- Se han diseñado distintos tipos de invitaciones según el acto.
- Se ha determinado la correcta ordenación de banderas.

RA2. Aplica el protocolo empresarial, describiendo los elementos de diseño y organización en función del tipo de acto y del público objetivo.

Criterios de evaluación:

- Se ha caracterizado la naturaleza de los actos empresariales.
- Se han diseñado manuales protocolarios y de comunicación.
- Se ha identificado el público objetivo.
- Se han definido los elementos organizativos (presidencia, invitados, lugar, tiempo, etc.).
- Se ha verificado la correcta aplicación del protocolo durante el acto.

- Se ha identificado la documentación necesaria.
- Se ha elaborado el programa y cronograma.
- Se ha calculado el presupuesto del evento.

BLOQUE 2: RELACIONES PÚBLICAS

RA3. Aplica los fundamentos de las relaciones públicas en el ámbito profesional, seleccionando y aplicando las técnicas asociadas.

Criterios de evaluación:

- Se han definido los fundamentos de las relaciones públicas.
- Se han identificado los elementos de identidad corporativa.
- Se ha analizado el concepto de imagen corporativa.
- Se han identificado tipos de imagen proyectada.
- Se han reconocido procesos y canales de comunicación.
- Se han aplicado técnicas de expresión verbal y no verbal.
- Se han valorado los recursos de las relaciones públicas.
- Se han seleccionado medios de comunicación adecuados.
- Se ha valorado la importancia estratégica de la comunicación.

BLOQUE 3: COMUNICACIÓN Y ATENCIÓN AL CLIENTE

RA4. Establece comunicación con el cliente, relacionando las técnicas empleadas con el tipo de usuario.

Criterios de evaluación:

- Se han analizado los objetivos de la atención al cliente.
- Se han caracterizado las técnicas de atención.
- Se han diferenciado modalidades de atención.
- Se han aplicado técnicas de contacto directo e indirecto.
- Se han utilizado técnicas de comunicación eficaces.
- Se han identificado tipologías de clientes.
- Se han demostrado actitudes profesionales.
- Se han aplicado técnicas de dinamización grupal.

RA5. Gestiona las quejas, reclamaciones y sugerencias, describiendo las fases establecidas de resolución para conseguir la satisfacción del cliente.

Criterios de evaluación:

- Se han definido los conceptos de queja, reclamación y sugerencia.
- Se han identificado los principales motivos de insatisfacción.
- Se han reconocido los canales de comunicación.
- Se ha valorado su importancia como herramienta de mejora continua.

- Se han establecido las fases de resolución para lograr la satisfacción del cliente.
- Se ha aplicado la normativa vigente en materia de reclamaciones.
- Se han diseñado elementos clave de un manual de atención al cliente.

RA6. Demuestra actitudes de correcta atención al cliente, analizando la importancia de superar las expectativas del usuario.

Criterios de evaluación:

- Se han analizado las expectativas del cliente.
- Se ha desarrollado empatía.
- Se ha valorado la actitud de simpatía.
- Se ha mantenido el respeto hacia clientes, superiores y compañeros.
- Se ha demostrado actitud profesional.
- Se ha aplicado discreción.
- Se ha valorado la importancia de la imagen corporativa.

CARACTERÍSTICAS DE LA PRUEBA

La prueba constará de dos partes: teórica y práctica y tendrá una duración de dos horas.

La parte teórica tendrá un valor de 7 puntos y consistirá en una prueba tipo test de 50 preguntas con cuatro opciones de respuesta de las cuales solo una será correcta. Cada respuesta correcta sumará 0,14 puntos. Las preguntas no contestadas ni suman ni restan. Cada respuesta incorrecta penalizará un tercio del valor de una respuesta correcta (-0,046 puntos aproximadamente). Todas las respuestas incorrectas restan de forma individual.

La parte práctica tendrá un valor de 3 puntos y constará de tres preguntas relativas a protocolo institucional, protocolo empresarial y comunicación y atención al cliente. Se valorará la correcta aplicación de los contenidos teóricos a situaciones prácticas.

La puntuación mínima para superar la prueba es de 5 puntos entre ambos bloques.

Para la realización de la prueba, el aspirante deberá utilizar bolígrafo de tinta azul o negra. No se permite el uso de lápiz.

Las respuestas del cuestionario tipo test deberán marcarse en la hoja de respuestas facilitada. Es responsabilidad del aspirante comprobar que los datos personales y respuestas trasladadas a la plantilla son correctos.

Las marcas deberán realizarse de forma clara y legible. En caso de error, se deberá seguir el procedimiento indicado por el profesorado para su corrección. No se admitirán

respuestas confusas, con tachaduras no aclaradas o múltiples marcas.

No está permitido el uso de dispositivos electrónicos, apuntes, libros ni cualquier otro material de consulta durante la prueba.

Se ruega mantener silencio y respetar las normas del aula durante todo el examen. Cualquier conducta inadecuada podrá suponer la anulación de la prueba.

El alumnado deberá permanecer en el aula durante el tiempo mínimo que establezca el profesorado antes de poder entregar el examen.

Al finalizar, se entregarán tanto el cuadernillo de examen como la hoja de respuestas.

Se recomienda leer detenidamente todas las preguntas antes de contestar y administrar adecuadamente el tiempo disponible.

MANUAL Y LEGISLACIÓN RECOMENDADOS

Libro de texto: Martínez, M., & otros (2020). *Protocolo y relaciones públicas* (2.ª ed.). Madrid: Paraninfo. ISBN: 978-84-283-3851-6.

Asimismo, se recomienda la consulta de la normativa vigente en materia de protocolo oficial en España:

- Real Decreto 2099/1983, de 4 de agosto, por el que se aprueba el Ordenamiento General de Precedencias en el Estado.
- Ley 39/1981, de 28 de octubre, por la que se regula el uso de la bandera de España y el de otras banderas y enseñas.
- Real Decreto 1511/1977, de 21 de enero, por el que se aprueba el Reglamento de Banderas y Estandartes, Guiones, Insignias y Distintivos.
- Real Decreto 1560/1997, de 10 de octubre, por el que se regula el Himno Nacional de España.

Estas normas constituyen el marco legal básico para la correcta aplicación del protocolo institucional en actos oficiales.

INSTRUCCIONES PARA LA REALIZACIÓN DE LA PRUEBA DEL MÓDULO PROFESIONAL DE FORMACIÓN Y ORIENTACIÓN LABORAL (Código 0389), POR CONVOCATORIA LIBRE:

1- Contenidos

Búsqueda activa de empleo:

- Análisis de los intereses, aptitudes y motivaciones personales para la carrera profesional
- Valoración de la importancia de la formación permanente para la trayectoria laboral y profesional.
- Proceso de búsqueda de empleo en empresas del sector.
- Técnicas e instrumentos de búsqueda de trabajo: fuentes de información y reclutamiento. Técnicas para la selección y organización de la información.
- Carta de presentación. Currículo. Tests psicotécnicos. Entrevista de trabajo.
- Valoración de otras posibilidades de inserción: autoempleo y acceso a la función pública.
- El proceso de toma de decisiones.

Gestión del conflicto y equipos de trabajo:

- Valoración de las ventajas e inconvenientes del trabajo en equipo para la eficacia de la organización frente al trabajo individual.
- Concepto de equipo de trabajo.
- Características de un equipo de trabajo eficaz.
- La participación en el equipo de trabajo. Análisis de los diferentes roles de los participantes.
- Etapas de formación de los equipos de trabajo.
- Técnicas de dinamización de grupos.
- Definición del conflicto: características, fuentes y etapas.
- Causas del conflicto en el mundo laboral.
- Métodos para la resolución o supresión del conflicto: negociación; mediación, conciliación y arbitraje.

Contrato de trabajo:

- El Derecho del Trabajo. Fuentes del Derecho del Trabajo, en especial, el convenio colectivo.
- Análisis de la relación laboral individual.
- Relaciones laborales excluidas y relaciones laborales especiales.
- Nuevas formas de regulación del trabajo.
- Intervención de los organismos públicos en las relaciones laborales.
- Derechos y deberes derivados de la relación laboral.
- El contrato de trabajo: características, contenido mínimo, formalización y período de prueba.
- Modalidades de contratos de trabajo y medidas de fomento de la contratación. ETT.

- Tiempo de trabajo: jornada, descanso, vacaciones, permisos, horas extraordinarias, festivos, horarios...
- Condiciones de trabajo relacionadas con la conciliación de la vida laboral y familiar. Salario: estructura del salario, SMI, FOGASA, recibo de salarios.
- Modificación, suspensión y extinción del contrato de trabajo. Recibo de finiquito.
- Representación de los trabajadores: representantes unitarios y sindicales.
- Negociación colectiva.
- Conflictos colectivos de trabajo.
- Nuevas formas de organización del trabajo: subcontratación, teletrabajo...
- Planes de igualdad.

Seguridad Social, empleo y desempleo:

- El Sistema de Seguridad Social como principio básico de solidaridad social.
- Estructura del Sistema de Seguridad Social: niveles de protección; regímenes especiales y general.
- Determinación de las principales obligaciones de los empresarios y los trabajadores en materia de Seguridad Social: afiliación, altas, bajas y cotización.
- La acción protectora de la Seguridad Social: prestaciones contributivas y no contributivas.
- Concepto y situaciones protegibles en la protección por desempleo: prestación de desempleo, subsidio, renta activa de inserción.

Evaluación de riesgos profesionales:

- La cultura preventiva: integración en la actividad y organización de la empresa.
- Valoración de la relación entre trabajo y salud. Normativa reguladora.
- El riesgo profesional.
- El daño laboral: AT, EP, otras patologías.
- Técnicas de prevención.
- Análisis de factores de riesgo.
- La evaluación de riesgos en la empresa como elemento básico de la actividad preventiva. Metodología de evaluación.
- Análisis de riesgos ligados a las condiciones de seguridad.
- Análisis de riesgos ligados a las condiciones ambientales.
- Análisis de riesgos ligados a las condiciones ergonómicas y psicosociales.
- Riesgos específicos en el sector turístico.
- Determinación de los posibles daños a la salud del trabajador que pueden derivarse de las situaciones de riesgo detectadas.

Planificación de la prevención de riesgos en la empresa:

- Derechos y deberes en materia de prevención de riesgos laborales.
- Responsabilidades en materia de prevención de riesgos laborales.
- Modalidades de organización de la prevención a la empresa.
- Auditorías internas y externas.
- Representación de los trabajadores en materia preventiva.

- Gestión de la prevención a la empresa.
- Planificación de la prevención a la empresa.
- Investigación, notificación y registro de accidentes de trabajo.
- Planes de emergencia y de evacuación en entornos de trabajo.
- Elaboración de un plan de emergencia en una empresa del sector.

Aplicación de medidas de prevención y protección en la empresa:

- Determinación de las medidas de prevención y protección individual y colectiva.
- Protocolo de actuación ante una situación de emergencia.
- Primeros auxilios: concepto, aplicación de técnicas de primeros auxilios.
- Vigilancia de la salud de los trabajadores.

2- Evaluación

- Se realizará una prueba escrita que incluirá 20 preguntas de diversos tipos, que no serán tipo test.

- **Preguntas conceptuales.**
- **Supuestos** que muestren una situación que podría ser real y cómo resolverlos.
- **Comentario** de alguna **noticia** basado en su relación con los contenidos del
- Resolución de **ejercicios numéricos**, relacionados con la resolución de nóminas, finiquitos y prestaciones de la Seguridad Social.

- La nota máxima del examen es de 10 puntos. Como la calificación en las actas ha de ser un número entero, el **redondeo** se hará siguiendo **criterios matemáticos. Supera** el módulo quien obtenga un **5** o nota superior.

- Material a utilizar en el examen:

- Para los cálculos no se podrá utilizar el móvil, por tanto, se debe disponer de una **calculadora** (no hace falta que sea científica)
- Se puede tener una tabla con los tipos de cotización y las bases de cotización máximas y mínimas. Se podrá consultar siempre que no haya ninguna anotación en ella.

INFORMACIÓN PARA REALIZAR LA PRUEBA DEL MÓDULO PROFESIONAL DE INGLÉS (Código 017G) Y EL MÓDULO DE INGLÉS TECNICO I (Código CV0003) POR CONVOCATORIA LIBRE:

Profesor responsable:-Ricardo Forner- r.forner@edu.gva.es

MATERIAL y TEMARIO

El material para preparar los exámenes está a disposición de los alumnos en la plataforma Aules en los cursos actuales de 1º de Inglés Profesional semipresencial de Agencias y de Guías Turísticos donde se les ha dado acceso como invitados por parte de jefatura de estudios. Allí encontrarán tanto **los temas de inglés general como los temas de inglés técnico**, así como el material de apoyo necesario para estudiarlos. También tienen a su disposición el dossier de gramática (“Grammar Notebook I”) que sirve como complemento imprescindible para la preparación de las pruebas...

-



<p>INGLÉS general: <i>Dossier “English for Tourism” / Dossier “Grammar Notebook I”</i></p> <p>[Los temas también se pueden consultar y trabajar de forma individual en cada una de las unidades.]</p>	<p>INGLÉS técnico: Libro ed Burlington: <i>“Tourism” (Units 1-14)</i></p> <p>[Los temas también se pueden consultar y trabajar de forma individual en cada una de las unidades.]</p> <p>-</p>
<p>Unit 1- Social English</p> <p>Unit 2- The United Kingdom</p> <p>Unit 3- British culture and festivals</p> <p>Unit 4- Itineraries</p>	<p>-</p> <p>1 At the travel agency / Planning a holiday</p> <p>2 Booking a flight / Airport procedures</p> <p>3 On the flight / At the airport</p> <p>4 Renting a car / Changing money</p>

Unit 5- Nature tourism	5 Booking a room / checking in
Unit 6- The USA	6 Getting around the hotel / Hotel facilities
Unit 7- Site descriptions	7 The hotel room / Housekeeping
Unit 8- Art: describing paintings	8 Calls to hotel services / Taking phone messages
-	9 Making recommendations / Giving directions
	10 Staff safety / Emergencies
	11 At the tourist information office / Booking tickets
	12 Organising a tour / On tour
	13 Describing places / Giving information
	14 Hotel security / Complaints and cancellations
	-

- Si hubiera cualquier problema para acceder a dicho material, los alumnos deberían ponerse en contacto con los profesores encargados de la prueba con antelación suficiente para facilitárselo por cualquier otro conducto. En cualquier caso, el material y el temario es el mismo con el que han venido cursando la asignatura en los últimos años.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Los criterios de evaluación de ambos módulos tienen como finalidad última comprobar que se han alcanzado los objetivos mínimos de la materia recogidos en el currículo. Dichos objetivos se podrían resumir en mejorar la competencia comunicativa del alumnado en lengua inglesa en general y en todo aquello relacionado con el ámbito profesional donde desarrollará su actividad futura.

En líneas generales se valora la capacidad de los alumnos/as para:

- Utilizar el inglés como un instrumento eficaz y global de comunicación.
- Comprender información de índole profesional contenida en todo tipo de discursos orales y escritos emitidos por cualquier medio de comunicación,

interpretando con precisión el contenido del mensaje.

- Producir mensajes orales claros y estructurados, participando como agente activo en conversaciones profesionales.
- Elaborar opiniones y textos orales y escritos de dificultad y extensión variable y de ámbito general y específico.
- Utilizar un léxico variado, correcto y adecuado al contexto comunicativo.
- Utilizar correctamente las estructuras gramaticales y sintácticas necesarias.

ESTRUCTURA DE LA PRUEBA y CRITERIOS DE CALIFICACIÓN.

?

Inglés general	Inglés técnico
PRUEBA ESCRITA (70%)	PRUEBA ESCRITA (70%)
GRAMMAR- 10%	VOCABULARY C FUNCTIONAL
VOCABULARY- 15%	LANGUAGE- 25%
READING- 15%	READING
LISTENING- 20%	- 15%
WRITING- 10%	LISTENING- 20%
PRUEBA ORAL (30%)	PRUEBA ORAL (30%)
ORAL PRESENTATION (5 mins)	WRITING- 10%
	Conversation (role play)

Para poder superar la prueba **no se puede dejar ninguna sección por contestar y habrá que obtener al menos una nota mínima de 3,5 puntos en cada una de ellas para promediar con el resto del examen.**

Para preparar el **ejercicio de expresión escrita (writing)**, el alumnado se centrará en los siguientes temas de los que tendrá que desarrollar uno en el examen de inglés general y uno en el de inglés técnico. El tema lo eligen los examinadores.

?

Inglés general	Inglés técnico
<ul style="list-style-type: none"> • Job profiles. My future job • Describing sites and landmarks • Describing a festival 	<ul style="list-style-type: none"> • A tour advert • A letter/email of complaint • A letter/ email of apology

Para preparar el **ejercicio de expresión oral (speaking)**, el alumnado se centrará en los siguientes temas de los que tendrá que desarrollar uno en el examen de inglés general y uno en el de inglés técnico. El tema lo eligen los examinadores.

?

Inglés general (presentación)	Inglés técnico (diálogo)
<ul style="list-style-type: none"> • Local festivals • Your itinerary • Describing a painting 	<ul style="list-style-type: none"> • Booking a flight • Booking a room • At the tourist information office

El material para preparar los orales, tanto las presentaciones como los diálogos se encuentra en las respectivas unidades en la que se plantean. Allí también se detalla la estructura y la duración mínima de estos ejercicios orales.

CALENDARIO

Las fechas de publicación de los resultados, así como de las posibles revisiones y/o reclamaciones están especificadas en la orden de la convocatoria.

Para cualquier otra duda, habrá que ponerse en contacto con el profesor responsable o la jefatura de estudios a través del correo oficial y dentro de los plazos previstos.