



CICLO FORMATIVO GRADO SUPERIOR
GUÍA, INFORMACIÓN Y ASISTENCIAS TURÍSTICAS

CURSO

23/24

PROGRAMACIÓN DIDÁCTICA

MÓDULO

ESTRUCTURA DEL

MERCADO

TURÍSTICO

PROGRAMACIÓN DIDÁCTICA

MÓDULO PROFESIONAL

ESTRUCTURA DEL MERCADO TURÍSTICO

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN AL MÓDULO PROFESIONAL (MP)	3
2. PERFIL DEL ALUMNADO	3
3. OBJETIVOS GENERALES ASOCIADOS AL MÓDULO PROFESIONAL	3
4. COMPETENCIAS PROFESIONALES, PERSONALES Y SOCIALES (CP)	3
5. RESULTADOS DE APRENDIZAJE (RA)	3
6. PROPUESTA DE UNIDADES DE TRABAJO (UT) ASOCIADAS A LOS RESULTADOS DE APRENDIZAJE	4
7. CONTENIDOS A TRABAJAR EN LAS UNIDADES DE TRABAJO (CURRÍCULO)	4
8. METODOLOGÍA	6
9. UNIDADES DIDÁCTICAS, RA Y TEMPORALIZACIÓN	8
10. CRITERIOS DE EVALUACIÓN	8
11. CRITERIOS DE CALIFICACIÓN	9
12. RECUPERACIÓN	10
ANEXO: UNIDADES DE TRABAJO DEL MÓDULO PROFESIONAL	11

Ciclo Formativo	TÉCNICO SUPERIOR EN GUÍA, INFORMACIÓN Y ASISTENCIAS TURÍSTICAS (GIAT) IES MONTERROSO (ESTEPOÑA-MÁLAGA)
Normativa que regula el título	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Real Decreto 1255/2009, de 24 de julio, por el que se establece el título de Técnico Superior en Guía, Información y Asistencias Turísticas y se fijan sus enseñanzas mínimas. ✓ Orden 11 de octubre de 2010, por la que se desarrolla el currículo correspondiente al Técnico Superior en Guía, Información y Asistencias Turísticas en Andalucía.
Módulo Profesional	ESTRUCTURA DEL MERCADO TURÍSTICO
Duración del Módulo	96 HORAS TOTALES/ 3 HORAS SEMANALES
Profesora	Beatriz Ruiz Raya

1. INTRODUCCIÓN AL MÓDULO PROFESIONAL (MP)

Esta programación está diseñada para alumnado del primer curso de ciclo formativo de grado superior GIAT, y es una programación propia para el módulo de Estructura del mercado turístico. Se elabora de acuerdo con los criterios establecidos en el Equipo Docente del Departamento de la Familia Profesional de Hostelería y Turismo conforme al marco legal establecido.

2. PERFIL DEL ALUMNADO

El grupo de clase está formado por 14 alumnos de entre 18 y 57 años de edad, oscilando la media de edad en los 22 años. Comparten las siguientes características:

- ✓ Diferente procedencia (de la misma localidad o localidades próximas).
- ✓ Diferente forma de acceso (bachiller, prueba de acceso, grado medio).
- ✓ Diferentes motivaciones y/o intereses personales.

3. OBJETIVOS GENERALES ASOCIADOS AL MÓDULO PROFESIONAL

Los objetivos generales de las enseñanzas correspondientes al título de formación profesional de Técnico Superior en GIAT relacionados directamente con éste MP son:

- a) Analizar e interpretar diferentes fuentes, seleccionando la información sobre la oferta turística del entorno y las ayudas institucionales para estudiar el potencial de las diferentes áreas territoriales y del mercado turístico de la zona.
- b) Realizar procesos de investigación de mercados turísticos, interpretando cada una de las fases secuenciadas para diseñar y modificar productos turísticos de base territorial rentables y de calidad.
- c) Identificar los destinos turísticos nacionales e internacionales más relevantes, analizando su oferta, características y ciclos de vida para proponer acciones de promoción y comercialización.
- d) Identificar y seleccionar información turística, analizando las fuentes, los medios, el nivel y los procedimientos más adecuados para asesorar e informar al turista en puntos de información, viajes o en el destino, empleando al menos el inglés y otro idioma extranjero.

4. COMPETENCIAS PROFESIONALES, PERSONALES Y SOCIALES (CP)

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

- a) Estudiar el potencial de las diferentes áreas territoriales y del mercado turístico de la zona y detectar las ayudas institucionales existentes, analizando la información necesaria a fin de promocionarlos como destino.
- b) Diseñar y modificar los productos turísticos de base territorial para satisfacer las expectativas de la demanda turística y rentabilizar los recursos y la oferta de servicios del entorno.
- c) Proponer acciones de promoción y comercialización de los destinos turísticos con vista a su lanzamiento o consolidación, fijando los precios adecuados.

5. RESULTADOS DE APRENDIZAJE (RA)

Según la Orden 11 de octubre de 2010, por la que se desarrolla el currículo correspondiente al Técnico Superior en Guía, Información y Asistencias Turísticas, los RA que se pretenden conseguir en el alumnado son los siguientes:

- ✓ RA 1: Contextualiza el sector turístico, su evolución histórica y situación actual, analizando sus implicaciones como actividad socioeconómica.
- ✓ RA 2: Identifica las diferentes tipologías turísticas relacionándolas con la demanda y su previsible evolución.
- ✓ RA 3: Analiza la oferta turística, caracterizando sus principales componentes, así como los canales

de intermediación y distribución.

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

6. PROPUESTA DE UNIDADES DE TRABAJO (UT) ASOCIADAS A LOS RESULTADOS DE APRENDIZAJE

UNIDAD DE TRABAJO	RA
UT1. CONTEXTUALIZACIÓN DEL SECTOR TURÍSTICO	1. Contextualiza el sector turístico, su evolución histórica y situación actual, analizando sus implicaciones como actividad socioeconómica.
UT2. TIPOLOGÍAS TURÍSTICAS	2. Identifica las diferentes tipologías turísticas relacionándolas con la demanda y su previsible evolución.
UT3. ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA	3. Analiza la oferta turística, caracterizando sus principales componentes, así como los canales de intermediación y distribución.
UT4. CARACTERIZACIÓN DE LA DEMANDA TURÍSTICA	4. Caracteriza la demanda turística relacionando los diferentes factores y elementos que la motivan, así como sus tendencias actuales.

7. CONTENIDOS BÁSICOS A TRABAJAR EN LAS UNIDADES DE TRABAJO

Los contenidos básicos se recogen en la Orden 11 de octubre de 2010, por la que se desarrolla el currículo correspondiente al Técnico Superior en GIAT. Su distribución en unidades de trabajo es la siguiente:

UT	CONTENIDOS
UT 1 Contextualización del sector turístico	<ul style="list-style-type: none"> a) Conceptos básicos del turismo: Turismo, turista, visitante, excursionista y otros. Modalidades de turismo. b) Evolución del turismo. Normativa turística. c) Principales eventos locales, regionales, nacionales e internacionales turísticos. d) Entidades públicas y privadas de ámbito local, regional, nacional e internacional relacionadas con el sector turístico. e) Valoración de la actividad turística en el desarrollo de un núcleo poblacional. f) Valoración de las nuevas tecnologías como fuentes de información y promoción turística. g) Valoración del profesional turístico en el ámbito de su profesión.
UT 2 Tipologías turísticas.	<ul style="list-style-type: none"> a) Tipologías turísticas (Sol y playa, cultural, deportivo, rural, de grandes eventos, otras), sus características. b) Localización geográfica de las principales tipologías turísticas. c) Factores que influyen en la localización espacial de las diferentes tipologías turísticas. d) Tendencias de las tipologías turísticas nacionales. e) Tendencias de las tipologías turísticas internacionales. f) Impactos económicos, sociales, culturales y medio-ambientales del turismo a nivel local, regional, nacional e internacional. g) Factores que intervienen en la demanda y la incidencia que se puede ejercer sobre los mismos.
UT 3 Análisis de la oferta turística.	<ul style="list-style-type: none"> a) La oferta turística. b) La intermediación turística. Canales de distribución. c) Empresas de alojamientos turísticos. d) Los medios de transporte turísticos. e) La oferta complementaria. f) El núcleo turístico. g) Importancia económica del turismo para el núcleo turístico.

<p>UT 4 Caracterización de la demanda turística.</p>	<p>a) Elementos externos que influyen en la elasticidad de la demanda turística. b) Motivaciones de la demanda turística. c) Estacionalidad de la demanda. Acciones de desestacionalización. d) Tendencias actuales de la demanda turística. e) Valoración de la importancia de conocer a la clientela como elemento dinamizador de la demanda.</p>
--	---

8. METODOLOGÍA

8.1. ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS

- ✓ Asegurar la construcción de aprendizajes significativos a través de la movilización de conocimientos previos (motivación, intuición, creatividad). El propio alumnado participa en el proceso.
- ✓ Garantizar la funcionalidad de los aprendizajes, aprendizaje con sentido profesional, orientado al ámbito de la competencia profesional.
- ✓ Activar y movilizar los esquemas de conocimiento del alumnado, provocando desafíos cognitivos que permitan el avance y desarrollo.
- ✓ Promover una intensa actividad mental que le lleve a reflexionar y justificar sus actuaciones.
- ✓ Utilizar diferentes agrupaciones, teniendo en cuenta los siguientes criterios:
 - ✓ Equipos de trabajo, a la hora de desarrollar estrategias de indagación, de realizar trabajos, exposiciones.
 - ✓ Trabajo individual para reflexión personal, desarrollo de autonomía, búsqueda de resolución de problemas, consulta e indagación.
- ✓ Alternancia de la exposición teórica con la realización de actividades y exposiciones orales.
- ✓ Formación y uso de herramientas digitales y teletrabajo.
- ✓ Promover la reflexión, el razonamiento y la participación activa facilitando una intensa actividad en el alumnado en un clima de aceptación mutua y de cooperación en clase.
- ✓ La plataforma classroom será el soporte o herramienta de entrega de tareas, trabajos y comunicación entre el alumnado y profesor.

8.2. METODOLOGÍA BILINGÜISMO

- ✓ No hay una metodología única y específica para la educación bilingüe, sino una combinación de prácticas didácticas empleadas tanto en las áreas lingüísticas como en las áreas o módulos profesionales no lingüísticos.
- ✓ Se impone el eclecticismo para recoger lo mejor de cada

	<p>propuesta y así adaptarse a diferentes realidades educativas.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Flexibilidad en los elementos que intervienen en el proceso de enseñanza y aprendizaje: espacios, tiempos, agrupamientos, ritmos de aprendizaje, nivel de competencia de L2 y proyecto educativo de centro. ✓ Dentro del trabajo por competencias, la competencia en comunicación lingüística ocupa un lugar destacado dentro de la enseñanza bilingüe. ✓ El aprendizaje por tareas se adapta perfectamente al enfoque AICLE que se sigue en los centros bilingües. Citando a Jean Duverger, es necesario “Entreprendre pour apprendre”, por eso fomentaremos el trabajo del alumnado por proyectos o tareas ya que los enfoques de aprendizajes pasivos no resultan hoy en día muy atractivos para el alumnado y además, está demostrado que se aprende haciendo. ✓ Al tener el módulo profesional carácter de bilingüe en inglés, se concretarán en la Programación de Aula la metodología, recursos, las actividades de aprendizaje, instrumentos de evaluación, y criterios de calificación que se utilizarán en cada unidad de trabajo.
<p>8.3. ACTIVIDADES DE ENSEÑANZA APRENDIZAJE</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Actividades de inicio: dirigidas a la detección de conocimientos previos, introducción y motivación a la unidad de trabajo. Tormenta de ideas, debates, visualizar vídeos, conexión con otros módulos, cuestionarios sencillos. ✓ Actividades de desarrollo de los contenidos: destinadas a la adquisición de nuevos conocimientos. Manejo de diversas fuentes de información, búsqueda en Internet, trabajos y exposiciones orales individuales y en grupo. ✓ Actividades de cierre: realizadas al final de cada unidad de trabajo. Síntesis, esquemas, evaluación del aprendizaje. ✓ Actividades de refuerzo: para alumnado que no ha alcanzado los resultados de aprendizaje previsto. Exposición de conceptos básicos, resolución de dudas, actividades con menor nivel de exigencia. ✓ Actividades de ampliación: permiten profundizar los conocimientos. Actividades, trabajos y exposiciones adicionales.
<p>8.4. MATERIALES Y RECURSOS DIDÁCTICOS</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Libro de texto de referencia: (2016). LOURDES OLMOS JUÁREZ Y RAFAEL GARCÍA CEBRIÁN. Madrid. ESTRUCTURA DEL MERCADO TURÍSTICO Editorial Paraninfo. ✓ Material audiovisual: Vídeos, presentaciones con diapositivas.

	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Aula polivalente con ordenadores, portátiles, y conexión a Internet. ✓ Cañón de proyección, pantalla, altavoces y pizarra blanca. ✓ Webgrafía relacionada con el sector turístico.
<p>8.5. MEDIDAS DE ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Atención individualizada: vía email, teléfono, videoconferencia, distribución en el espacio, ritmos de trabajo y otros. ✓ Objetivos: en relación con los resultados de aprendizaje desarrollados en diferente grado por el alumnado. ✓ Agrupamientos: trabajo en equipo, grupos interactivos y tutorización de iguales. ✓ Tutorización y orientación grupal e individualizada. ✓ Actividades de refuerzo y ampliación.

9. UNIDADES DIDÁCTICAS, RA Y TEMPORALIZACIÓN

RA (resultados de aprendizaje)	UT (unidades de trabajo)	PARCIAL	HORAS	% NOTA
RA 1: Contextualiza el sector turístico, su evolución histórica y situación actual, analizando sus implicaciones como actividad socioeconómica..	1. Contextualización del sector turístico.	1	25	25
RA2. Identifica las diferentes tipologías turísticas relacionándolas con la demanda y su previsible evolución.	2. Tipologías turísticas.	2	20	23
RA3. Analiza la oferta turística, caracterizando sus principales componentes, así como los canales de intermediación y distribución.	3. Análisis de la oferta turística.	2	27	27
RA 4. Caracteriza la demanda turística relacionando los diferentes factores y elementos que la motivan, así como sus tendencias actuales.	4. Caracterización de la demanda turística.	3	24	25
TOTAL			96	100

10. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

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

11. EVALUACIÓN, INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN Y CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

<p>CONSIDERACIONES GENERALES</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ La evaluación se realiza teniendo en cuenta los RA y los CE, así como las competencias y objetivos generales del Ciclo Formativo asociados al módulo y establecidos en la normativa. ✓ Se trata de una evaluación continua, por lo que para aplicar dicha evaluación continua se requiere la asistencia regular a clase del alumno/a y su participación en las actividades programadas. ✓ No se pueden poner mínimos en la nota de un instrumento de evaluación (por ejemplo, un mínimo de 3 en el examen para hacer media con trabajos, ejercicios de clase...). ✓ Las ausencias del alumno/a, con carácter general, tendrán como consecuencia la imposibilidad de evaluar con determinados CE a dicho alumno/a en el proceso de evaluación continua, cuando dichas ausencias coincidan con la aplicación de actividades de evaluación relacionadas con determinados CE que no vuelvan a ser evaluados durante el curso. En estos casos los alumnos/as tendrán derecho a ser evaluados aplicando dichos CE en el periodo de recuperación/mejora de la calificación entre la 2ª evaluación parcial y la final.
<p>INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Para las tareas/proyectos: rúbricas y plantillas de corrección. ✓ Para las presentaciones: rúbricas. ✓ Para los debates: rúbricas. ✓ Para las notas de clase: fichas de registro de observación. ✓ Para cualquier otro tipo de actividades: rúbricas y plantillas de corrección. ✓ Para exámenes: pruebas escritas (test, preguntas cortas, desarrollo), pruebas orales, pruebas de ejecución... con sus correspondientes plantillas de corrección.
<p>CRITERIOS DE CALIFICACIÓN</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ En el apartado 1 del Art. 16 de la Orden de 29 de septiembre de 2010, indica que “la evaluación conllevará una calificación que reflejará los resultados obtenidos por el alumno o alumna en su proceso de enseñanza-aprendizaje. La calificación de los módulos profesionales de formación en el centro educativo y del módulo profesional de proyecto se expresará en valores numéricos de 1 a 10, sin decimales. Se considerarán positivas las iguales o superiores a 5 y negativas las restantes”. ✓ El peso de los distintos RA sobre la calificación final será la detallada en el punto 9. Unidades didácticas, RA y temporalización. La ponderación correspondiente a cada uno de los Criterios de Evaluación relacionados con cada uno de los RA quedará establecida en la programación de aula. ✓ La calificación del MP será la media ponderada (según lo dicho en el punto anterior) de las calificaciones de cada uno de los RA, observando siempre que se hayan superado todos los RA.

- ✓ Para superar el MP el alumno/a deberá alcanzar todos los RA asociados al módulo, cada uno con una calificación igual o superior a 5, entendida para cada RA como evidencia de la adquisición del mismo.
- ✓ Para superar un RA se hará la media ponderada (según la programación del aula) de las calificaciones de cada CE. Se superará con calificación mayor o igual a 5.
- ✓ En caso de no superar el RA sí se considerarán superados los CE de dicho RA con calificación mayor o igual a 5.
- ✓ En el periodo ordinario de evaluación los criterios de calificación se establecerán para cada UT/RA ligados a los instrumentos de evaluación utilizados.
- ✓ No se puede incluir % de actitud (competencias personales y sociales) de manera independiente con un peso en la nota global. Pueden valorarse en los distintos instrumentos de evaluación.
- ✓ Las calificaciones que obtenga el alumnado en la recuperación sustituirán a las calificaciones anteriores. Por consiguiente, dichas calificaciones, junto con las que obtuvo en los criterios de evaluación que sí superó en su momento, generarán una nueva calificación final del MP que será la que aparecerá como nota de evaluación final.
- ✓ En el caso del alumnado que quiera mejorar su calificación, se mantendrá la nota más alta considerando la que obtuvo en un primer momento y la que ha obtenido en este proceso de mejora de calificación. Por consiguiente, dichas calificaciones, junto con las que obtuvo en los criterios de evaluación que no han sido objeto de mejora, generarán una nueva calificación final del MP que aparecerá como nota de evaluación final.
- ✓ La nota trimestral será la media ponderada (según programación) de las UT/RA del trimestre. La nota final será la media ponderada (según programación) de todas las UT/RA.
- ✓ Las notas trimestrales y finales se redondean.

12. APOYO, REFUERZO Y RECUPERACIÓN

- ✓ Se recogerán en la Programación de Aula durante el periodo ordinario de evaluación las actividades de apoyo dirigidas a ayudar a los alumnos/as que necesiten de medidas encaminadas a facilitarles el logro de determinados RA.
- ✓ Las actividades de refuerzo, recuperación o mejora de los RA y CE previstas para el periodo de recuperación/mejora se recogerán específicamente en el Plan Individualizado de Recuperación/Mejora.
- ✓ Al inicio de ese periodo de recuperación/mejora el profesor entregará a cada alumno/a el Plan Individualizado de Recuperación/Mejora que recogerá:
 - RA y CE no superados/ mejorables.
 - Plan de trabajo.
 - Momentos e instrumentos de evaluación.
 - Criterios de calificación.
 - Horario y calendario
 - Información de la obligatoriedad de asistir a las clases de ese periodo

ANEXO: UNIDADES DE TRABAJO DEL MÓDULO PROFESIONAL

UT 1 CONTEXTUALIZACIÓN DEL SECTOR TURÍSTICO		Nº Sesiones
RA	1. Contextualiza el sector turístico, su evolución histórica y situación actual, analizando sus implicaciones como actividad socioeconómica..	25
		OG
		a), d)
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Definir los conceptos básicos relacionados con el turismo. ✓ Conocer la historia del turismo en España y en el Mundo. ✓ Identificar los eventos relacionados con el sector turístico. ✓ Estudiar las entidades turísticas más relevantes. ✓ Analizar las nuevas tecnologías en el turismo. 	
CONTENIDOS		CRITERIOS DE EVALUACIÓN
<p>a) Conceptos básicos del turismo: Turismo, turista, visitante, excursionista y otros. Modalidades de turismo.</p> <p>b) Evolución del turismo. Normativa turística.</p> <p>c) Principales eventos locales, regionales, nacionales e internacionales en materia de turismo.</p> <p>d) Entidades públicas y privadas de ámbito local, regional, nacional e internacional relacionadas con el sector turístico.</p> <p>e) Valoración de la actividad turística en el desarrollo de un núcleo poblacional.</p> <p>f) Valoración de las nuevas tecnologías como fuentes de información y promoción turística.</p> <p>g) Valoración del profesional turístico en el ámbito de su profesión.</p>		<p>a) Se han definido los elementos básicos que caracterizan el sector turístico.</p> <p>b) Se ha analizado la evolución del turismo.</p> <p>c) Se identifican los encuentros nacionales e internacionales en materia de turismo y su importancia para el sector.</p> <p>d) Se han identificado y caracterizado las diferentes instituciones públicas o privadas relacionadas con el sector turístico.</p> <p>e) Se ha valorado la importancia de la actividad turística respecto al desarrollo económico y social del núcleo turístico.</p> <p>f) Se ha reconocido el uso de las nuevas tecnologías en el sector turístico y su impacto como elemento dinamizador en éste.</p> <p>g) Se ha valorado la importancia de la profesionalidad en el ámbito de la profesión turística.</p>

UT 2 TIPOLOGÍAS TURÍSTICAS		Nº Sesiones
RA	2. Identifica las diferentes tipologías turísticas relacionándolas con la demanda y su previsible evolución.	20
		OG
		c)
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Definir las diferentes tipologías de turismo existentes en el mercado y sus tendencias. ✓ Ubicar geográficamente las tipologías turísticas. ✓ Analizar los impactos del turismo en los destinos turísticos. 	
CONTENIDOS		CRITERIOS DE EVALUACIÓN
<p>a) Tipologías turísticas (Sol y playa, cultural, deportivo, rural, de grandes eventos, otras), sus características.</p> <p>b) Localización geográfica de las principales tipologías turísticas.</p> <p>c) Factores que influyen en la localización espacial de las diferentes tipologías turísticas.</p> <p>d) Tendencias de las tipologías turísticas nacionales.</p> <p>e) Tendencias de las tipologías turísticas internacionales.</p> <p>f) Impactos económicos, sociales, culturales y medio-ambientales del turismo a nivel local, regional, nacional e internacional.</p> <p>g) Factores que intervienen en la demanda y la incidencia que se puede ejercer sobre los mismos.</p>		<p>a) Se han definido las diferentes tipologías turísticas relacionándolas con las características básicas de las mismas.</p> <p>b) Se han localizado las distintas tipologías turísticas por su distribución geográfica.</p> <p>c) Se han relacionado los diferentes factores que influyen en la localización espacial según el tipo de turismo de la zona.</p> <p>d) Se han analizado las tendencias de las tipologías turísticas nacionales.</p> <p>e) Se han analizado las tendencias de las tipologías turísticas internacionales.</p> <p>f) Se han descrito las ventajas e inconvenientes del desarrollo turístico de una zona.</p> <p>g) Se han valorado los factores que influyen en la demanda y la incidencia que podemos hacer sobre ellos y su distribución.</p>

UT 3 LA OFERTA TURÍSTICA		Nº Sesiones
RA	3. Analiza la oferta turística, caracterizando sus principales componentes, así como los canales de intermediación y distribución.	27
		OG
		a), b)
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Estudiar el mercado turístico, sus características y elementos. ✓ Conocer los componentes de la oferta turística. ✓ Reconocer la importancia económica del turismo para los destinos turísticos. 	
CONTENIDOS		CRITERIOS DE EVALUACIÓN
a) El mercado turístico y sus características. b) La oferta turística. Elementos y estructuras. Oferta básica. La oferta turística en Andalucía. c) Intermediación turística y canales de distribución. d) Empresas de alojamientos turísticos. e) Medios de transporte turísticos, f) La oferta complementaria. Empresas de restauración turística y servicios diversos. g) El núcleo turístico. Características. Recursos turísticos. h) Importancia económica del turismo para el núcleo turístico.		a) Se ha identificado el mercado turístico y sus características. b) Se ha definido la oferta turística junto con los elementos y estructura básica de la misma. c) Se han caracterizado los canales de intermediación turística, así como los nuevos sistemas de distribución. d) Se han diferenciado las empresas de alojamientos turísticos según su tipología y características básicas. e) Se han identificado los diferentes medios de transporte de carácter turístico y los servicios ligados a ellos. f) Se ha caracterizado la oferta complementaria. g) Se han descrito las peculiaridades del núcleo turístico. h) Se ha valorado la importancia del turismo en la economía del núcleo turístico.

UT 4 DEMANDA TURÍSTICA		Nº Sesiones
RA	4. Caracteriza la demanda turística relacionando los diferentes factores y elementos que la motivan, así como sus tendencias actuales.	24
		OG
		b), d)
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Analizar el comportamiento de la demanda turística y sus tendencias. ✓ Identificar los elementos externos de la elasticidad de la demanda. ✓ Clasificar a los clientes en base a diferentes criterios. ✓ Reconocer la importancia de la clientela como elemento dinamizador. 	
CONTENIDOS		CRITERIOS DE EVALUACIÓN
<p>a) Se ha conceptualizado y determinado los factores de la demanda turística.</p> <p>b) Se ha clasificado a los clientes por su tipología y nacionalidad.</p> <p>c) Se ha analizado la metodología de compra según el tipo de clientela.</p> <p>d) Se han descrito los diferentes elementos externos que influyen en la elasticidad de la demanda.</p> <p>e) Se han caracterizado las principales motivaciones de la demanda turística.</p> <p>f) Se ha caracterizado la estacionalización de la demanda y las técnicas de desestacionalización.</p> <p>g) Se han investigado las tendencias actuales de la demanda, así como los mercados emergentes.</p> <p>h) Se ha valorado la importancia de conocer a la clientela como elemento dinamizador de la demanda turística.</p>		<p>a) Se han caracterizado las nuevas tecnologías y su utilización.</p> <p>b) Se han identificado las aplicaciones de las nuevas tecnologías en marketing.</p> <p>c) Se ha valorado la utilización de la Red para comercializar productos-servicios turísticos.</p> <p>d) Se han utilizado las aplicaciones ofimáticas de base de datos.</p> <p>e) Se ha valorado la importancia de la legislación sobre la protección de datos.</p> <p>f) Se ha reconocido la aplicación de una base de datos para la investigación comercial y para crear una ventaja competitiva.</p> <p>g) Se han determinado los factores que influyen en el marketing directo.</p> <p>h) Se ha establecido las pautas para el desarrollo de una estrategia de marketing directo combinado</p>