



CICLO FORMATIVO GRADO SUPERIOR
GUÍA, INFORMACIÓN Y ASISTENCIAS TURÍSTICAS

CURSO 2024/2025

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 (ESTEPONA-MÁLAGA)
Normativa que regula el título	<p>✓ 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.</p> <p>✓ 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.</p>
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. ORGANISMOS PÚBLICOS Y PRIVADOS DEL SECTOR TURÍSTICO.	1. Contextualiza el sector turístico, su evolución histórica y situación actual, analizando sus implicaciones como actividad socioeconómica.
UT4. EMPRESAS DE ALOJAMIENTO TURÍSTICO.	3. Analiza la oferta turística, caracterizando sus principales componentes, así como los canales de intermediación y distribución.
UT5. EMPRESAS DE TRANSPORTE TURÍSTICO.	3. Analiza la oferta turística, caracterizando sus principales componentes, así como los canales de intermediación y distribución
UT6. EMPRESAS DE INTERMEDIACIÓN TURÍSTICA.	3. Analiza la oferta turística, caracterizando sus principales componentes, así como los canales de intermediación y distribución
UT7. EMPRESAS COMPLEMENTARIAS	3. Analiza la oferta turística, caracterizando sus principales componentes, así como los canales de intermediación y distribución
UT8. 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	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) Valoración de la actividad turística en el desarrollo de un núcleo poblacional. e) Valoración de las nuevas tecnologías como fuentes de información y promoción turística. f) Valoración del profesional turístico en el ámbito de su profesión.
UT 2 Tipologías turísticas.	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 medioambientales 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 Organismos públicos y privados del sector turístico	<ul style="list-style-type: none"> a) Entidades públicas y privadas de ámbito local relacionadas con el sector turístico. b) Entidades públicas y privadas de ámbito regional relacionadas con el sector turístico. c) Entidades públicas y privadas de ámbito nacional relacionadas con el sector turístico. d) Entidades públicas y privadas de ámbito internacional relacionadas con el sector turístico.
UT 4. Empresas de alojamiento turístico.	<ul style="list-style-type: none"> a) La oferta turística. b) Tipología de empresas de alojamientos turísticos. c) Evolución de este tipo de empresas. d) Normativa. e) Departamentos en las empresas de alojamiento turístico. f) Tendencias.
UT5. Empresas de transporte turístico.	<ul style="list-style-type: none"> a) Los medios de transporte turísticos y su evolución. b) Datos estadísticos. c) Transporte aéreo. d) Transporte ferroviario. e) Transporte acuático. f) Transporte por carretera.
UT6. Empresas de intermediación turística	<ul style="list-style-type: none"> a) La intermediación turística. Canales de distribución. b) Funciones e importancia en el sector turístico. c) Las AAVV y sus tipologías.
UT7. Empresas complementarias	<ul style="list-style-type: none"> a) La oferta complementaria. b) Importancia de este tipo de empresas.
UT8. Caracterización de la demanda turística.	<ul style="list-style-type: none"> 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.

8. METODOLOGÍA

<p>8.1. ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 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: <ul style="list-style-type: none"> ✓ 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.
<p>8.2. METODOLOGÍA BILINGÜISMO</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 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 propuesta y así adaptarse a diferentes realidades educativas. ✓ 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

	<p>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>
<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. ✓ 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 TRIM.	% NOTA TOTAL
RA 1: Contextualiza el sector turístico, su evolución histórica y situación actual, analizando sus implicaciones como actividad socioeconómica..	1. Contextualización del sector turístico.	1	20	40%	20%
	3. Organismos públicos y privados del sector turístico.		10	20%	10%
RA2. Identifica las diferentes tipologías turísticas relacionándolas con la demanda y su previsible evolución.	2. Tipologías turísticas.	1	10	40%	15%
TOTAL PRIMER TRIMESTRE			40	100%	45%
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.	2	8+30	100%	40%
TOTAL SEGUNDO TRIMESTRE			38	100%	40%
RA3. Analiza la oferta turística, caracterizando sus principales componentes, así como los canales de intermediación y distribución.	5. Las empresas de alojamiento turístico.	3	7	39%	5,8%
	6. Las empresas de transporte turístico.		4	22%	3,3%
	7. Las empresas de intermediación turística.		4	22%	3,3%
	8. Empresas complementarias.		3	17%	2,5%
TOTAL TERCER TRIMESTRE			18	100%	15%
TOTAL 96					100%

Para la parte de formación en empresa de este Módulo Profesional, que corresponde a una duración de 30 horas, se ha elaborado la siguiente tabla especificando el RA que se realizará, con sus CE relacionados y las actividades que deberá llevar a cabo el alumnado para alcanzarlos.

Esta formación en empresas se realizará en el segundo trimestre del curso académico, en concreto desde el 27 de enero hasta el 11 de abril, ambos inclusive, con una jornada de 6 horas de lunes a viernes, tal y como se recoge en el plan de formación de Séneca.

RA	CE	ACTIVIDADES	EMPRESA/DPTO.
4	b)	<ul style="list-style-type: none"> -Registrar las entradas y salidas de los clientes, así como de llamadas telefónicas y contactos online. - Realizar una Base de datos a partir del listado de los clientes que han reservado o contactado con la empresa, especificando nacionalidad y tipología (segmentos: núcleo familiar, características laborales, tipo de viaje, etc.). - Elaborar estadísticas a partir de dichos datos. 	AAVV OIT HOTELES EMPRESAS GUÍA
4	e)	<ul style="list-style-type: none"> -Realizar encuestas a los clientes en las que se conozcan las principales motivaciones para reservar o acudir al destino seleccionado. -Crear y rellenar fichas de cliente en las que se recojan los datos de las encuestas. -Revisar comentarios en booking, tripadvisor y Google, así como seguir RRSS en las que se reflejen los comportamientos de los turistas. -Hablar con los clientes y detectar posibles quejas. - Reconocer el impacto de las relaciones públicas y la buena atención en el proceso de compra. 	AAVV OIT HOTELES EMPRESAS GUÍA
4	b)	<ul style="list-style-type: none"> -Registrar las entradas y salidas de los clientes, así como de llamadas telefónicas y contactos online. - Realizar una Base de datos a partir del listado de los clientes que han reservado o contactado con la empresa, especificando nacionalidad y tipología (segmentos: núcleo familiar, características laborales, tipo de viaje, etc.). - Elaborar estadísticas a partir de dichos datos. 	AAVV OIT HOTELES EMPRESAS GUÍA

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. CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

Cada alumno/a comenzará cada unidad de trabajo con una calificación de 10 puntos (calificación máxima posible). La nota final será el resultado de la media ponderada equivalente a la calificación de las 4 unidades de trabajo y los RA asociados a ellas.

En cada unidad de trabajo se calificará teniendo en cuenta los criterios de evaluación. Cada criterio puntuará según los porcentajes que le han sido asignados por el profesor y se utilizará para su valoración los instrumentos de evaluación y las rúbricas correspondientes.

En la entrega de tareas y trabajos se tendrá en cuenta la puntualidad en la fecha de entrega de tareas y los siguientes aspectos: presentación, originalidad, profundización y redacción de contenidos, originalidad, imágenes, videos, enlaces y webgrafía.

TRABAJO INDIVIDUAL Y EN GRUPO

Se valorarán los criterios de evaluación teniendo en cuenta los ejercicios, tareas y producciones realizados en el aula y en teletrabajo. Se tendrá en cuenta el alumnado que no asista a algunas de las sesiones de trabajo en el aula y, por lo tanto, no realice las tareas correspondientes, y no lo justifique adecuadamente. En este caso, a la calificación obtenida por el grupo, se le aplicará individualmente un *coeficiente corrector* que se obtendrá de la relación entre el total de sesiones de trabajo (se entiende por sesión una hora de clase) y la calificación final de la actividad. Dicho coeficiente sería el siguiente:

NOTA INDIVIDUAL = $\frac{\text{NOTA TOTAL} \times \text{Nº SESIONES DE TRABAJO INDIVIDUAL}}{\text{Nº TOTAL SESIONES}}$

Así, y a modo de ejemplo, en el caso de un alumno/a cuyo grupo obtiene un 8 en la calificación de una actividad a la que se ha dedicado 10 sesiones de trabajo en el aula, de las que no ha realizado dos, al aplicar el anterior coeficiente resultaría una calificación individual de 6,4.

La no entrega en la fecha establecida de este trabajo alternativo, supondrá la imposibilidad de calificar el trabajo.

COMPETENCIAS PERSONALES Y SOCIALES

Se valorará la participación activa, el trabajo en equipo, etc. a través de una rúbrica elaborada para tal fin y que se aplicará en algunas de las actividades de mayor contenido práctico.

ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS

Asimismo, la participación en las actividades complementarias es obligatoria. De no poder participar, siempre de manera justificada, deberá realizarse un trabajo que garantice que el alumnado adquiere los contenidos tratados en dichas actividades.

CALIFICACIONES FINALES

CADA TRIMESTRE:

✓ La nota final trimestral será el resultado de la media ponderada de las unidades de trabajo correspondientes

NOTA FINAL DEL MÓDULO:

✓ Será el resultado de la media ponderada de los RA asociados a las unidades de trabajo según el cuadro del apartado 9,

debiendo estar para ello todas aprobadas. De no ser así se tendrá que recuperar todas y cada una de las partes (de cada trimestre) no superadas, ya sean prácticas o teóricas.

12. RECUPERACIÓN

ALUMNADO QUE NO SUPERE EL MP EN PERIODO LECTIVO

Se diseñará un plan de recuperación y atención individualizado que se ajuste a cada casuística concreta que se desarrollará hasta el 25 de junio.

ALUMNADO QUE NO PUEDA SER EVALUADO DE FORMA CONTINUA

Para estos alumnos/as que no han podido ser evaluados de forma continua, bien por falta de asistencia o incumplimiento en la entrega de las tareas propuestas por el profesor, se les evaluará en relación a los siguientes criterios:

- ✓ Superar una única prueba teórico-práctica al final de curso referente al temario completo del módulo (50%).
- ✓ Entrega de trabajos prácticos relacionados con el MP y realizados durante el curso (50%).

MEDIDAS GENERALES DE RECUPERACIÓN A LO LARGO DEL CURSO (PERIODO CONTINUO)

- ✓ Al final del trimestre habrá un examen parcial en el que el alumnado recuperará aquellas unidades de trabajo que no haya superado.
- ✓ Se pedirán trabajos alternativos para recuperar la parte práctica no superada.

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.	20
		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
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 en materia de turismo. d) Valoración de la actividad turística en el desarrollo de un núcleo poblacional. e) Valoración de las nuevas tecnologías como fuentes de información y promoción turística. f) Valoración del profesional turístico en el ámbito de su profesión.		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 ha valorado la importancia de la actividad turística respecto al desarrollo económico y social del núcleo turístico. e) Se ha reconocido el uso de las nuevas tecnologías en el sector turístico y su impacto como elemento dinamizador en éste. f) Se ha valorado la importancia de la profesionalidad en el ámbito de la profesión turística.
CRITERIOS DE CALIFICACIÓN	El RA 1 aporta el 30% de la nota final. Al estar dividido en 2 unidades de trabajo, hemos de dividir este porcentaje, por lo que esta unidad de trabajo contará un 20%. Los criterios de evaluación valen cada uno un 3.33% de la calificación total. Trimestralmente, cada criterio contará $40\%/6 = 6,7\%$ Para evaluar cada CE se usarán los instrumentos específicos de evaluación y las rúbricas	INSTRUMENTOS ESPECÍFICOS DE EVALUACIÓN <ul style="list-style-type: none"> ✓ Prueba escrita. ✓ Cuaderno de trabajo. ✓ Actividades del libro de texto de referencia y de elaboración propia. ✓ Exposiciones ✓ Observación.

UT 2 TIPOLOGÍAS TURÍSTICAS		Nº Sesiones
RA	2. Identifica las diferentes tipologías turísticas relacionándolas con la demanda y su previsible evolución.	10
		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 medioambientales 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>
CRITERIOS DE CALIFICACIÓN	<p>El RA 2 cuenta un 15% de la nota final, por lo que cada criterio de evaluación alcanzado vale un 2,14% de la calificación total.</p> <p>Trimestralmente, cada criterio contará un 5,7%</p> <p>Para evaluar cada CE se usarán los instrumentos específicos de evaluación y las rúbricas</p>	INSTRUMENTOS ESPECÍFICOS DE EVALUACIÓN <ul style="list-style-type: none"> ✓ Prueba escrita. ✓ Cuaderno de trabajo. ✓ Práctica: análisis de los diferentes productos turísticos en el mercado. ✓ Exposiciones. ✓ Observación.

UT 3 ORGANISMOS PÚBLICOS Y PRIVADOS DEL SECTOR TURÍSTICO		Nº Sesiones
RA	1. Contextualiza el sector turístico, su evolución histórica y situación actual, analizando sus implicaciones como actividad socioeconómica..	10
		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) Organismos públicos y privados del sector turístico de ámbito local. b) Organismos públicos y privados del sector turístico de ámbito regional. c) Organismos públicos y privados del sector turístico de ámbito nacional. d) Organismos públicos y privados del sector turístico de ámbito internacional.		a) Se han identificado y caracterizado las diferentes instituciones públicas o privadas relacionadas con el sector turístico. b) Se ha valorado la importancia de la actividad turística respecto al desarrollo económico y social del núcleo turístico.
CRITERIOS DE CALIFICACIÓN	El RA 1 aporta el 30% de la nota final. Al estar dividido en 2 unidades de trabajo, hemos de dividir este porcentaje, por lo que esta unidad de trabajo contará un 10%. Los criterios de evaluación valen un 5% de la calificación total. Trimestralmente, cada criterio contará un 10% Para evaluar cada CE se usarán los instrumentos específicos de evaluación y las rúbricas	INSTRUMENTOS ESPECÍFICOS DE EVALUACIÓN <ul style="list-style-type: none"> ✓ Prueba escrita. ✓ Cuaderno de trabajo. ✓ Práctica: análisis y clasificación de los establecimientos de alojamiento turístico de la localidad. ✓ Exposiciones orales. ✓ Observación.

UT 4 CARACTERIZACIÓN DE LA DEMANDA TURÍSTICA		Nº Sesiones
RA	4. Caracteriza la demanda turística relacionando los diferentes factores y elementos que la motivan, así como sus tendencias actuales.	38
		OG
		g), h)
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
a) La demanda turística. Definición. Caracterización. b) Factores que intervienen en su determinación. c) La elasticidad de la demanda y elementos que influyen en ella. d) Los clientes. Tipología. Características. Comportamientos de compra. e) Motivaciones de la demanda turística. - La estacionalidad de la demanda. Acciones de desestacionalización. f) Tendencias actuales de la demanda turística. g) Valoración de la importancia de conocer a la clientela como elemento dinamizador de la demanda.		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.
CRITERIOS DE CALIFICACIÓN	El RA 4 tiene un porcentaje del 40% de la nota final, por lo que cada criterio de evaluación de esta unidad de trabajo vale el 5%. Trimestralmente, cada CE cuenta un 12,5% Para evaluar cada CE se usarán los instrumentos específicos de evaluación y las rúbricas	INSTRUMENTOS ESPECÍFICOS DE EVALUACIÓN <ul style="list-style-type: none"> ✓ Prueba escrita. ✓ Cuaderno de trabajo. ✓ Exposiciones orales. ✓ Práctica: análisis de las tendencias de la demanda nacional e internacional a partir de estudios realizados por

			organismos oficiales. ✓ Observación.
--	--	--	---

UT 5 EMPRESAS DE ALOJAMIENTO TURÍSTICO			Nº Sesiones
RA	3. Analiza la oferta turística, caracterizando sus principales componentes, así como los canales de intermediación y distribución.		7
OG			
a), b)			
OBJETIVOS	✓ 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) La oferta turística. b) Tipología de empresas de alojamientos turísticos. c) Evolución de este tipo de empresas. d) Normativa. e) Departamentos en las empresas de alojamiento turístico. f) Tendencias.		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 diferenciado las empresas de alojamientos turísticos según su tipología y características básicas.	
CRITERIOS DE CALIFICACIÓN	El RA 3 aporta el 15% de la nota final. Al estar dividido en 4 unidades de trabajo, hemos de dividir este porcentaje. Esta unidad de trabajo contará un 5,8%. Los criterios de evaluación valen cada uno un 1,9% de la calificación total. Trimestralmente, cada CE contará un 13%. Para evaluar cada CE se usarán los instrumentos específicos de evaluación y las rúbricas	INSTRUMENTOS ESPECÍFICOS DE EVALUACIÓN	✓ Prueba escrita. ✓ Cuaderno de trabajo. ✓ Práctica: análisis y clasificación de los establecimientos de alojamiento turístico de la localidad. ✓ Exposiciones orales. ✓ Observación.

UT 6 EMPRESAS DE TRANSPORTE TURÍSTICO		Nº Sesiones
RA	3. Analiza la oferta turística, caracterizando sus principales componentes, así como los canales de intermediación y distribución.	4
		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) Los medios de transporte turístico y su evolución. b) Datos estadísticos. c) Transporte aéreo. d) Transporte acuático. e) Transporte por carretera.		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 identificado los diferentes medios de transporte de carácter turístico y los servicios ligados a ellos.
CRITERIOS DE CALIFICACIÓN	<p>El RA 3 aporta el 15% de la nota final. Al estar dividido en 4 unidades de trabajo, hemos de dividir este porcentaje. Esta unidad de trabajo contará un 3,3%. Los criterios de evaluación valen cada uno un 1,1% de la calificación total. Trimestralmente, cada CE contará un 7,3%.</p> <p>Para evaluar cada CE se usarán los instrumentos específicos de evaluación y las rúbricas</p>	INSTRUMENTOS ESPECÍFICOS DE EVALUACIÓN <ul style="list-style-type: none"> ✓ Prueba escrita. ✓ Cuaderno de trabajo. ✓ Práctica: análisis y clasificación de los establecimientos de alojamiento turístico de la localidad. ✓ Exposiciones orales. ✓ Observación.

UT 7 EMPRESAS DE INTERMEDIACIÓN TURÍSTICA		Nº Sesiones
RA	3. Analiza la oferta turística, caracterizando sus principales componentes, así como los canales de intermediación y distribución.	4
		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) La intermediación turística. Canales de intermediación. b) Funciones e importancia de este tipo de empresas en el sector turístico. c) Las agencias de viajes y sus tipologías.		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.
CRITERIOS DE CALIFICACIÓN	<p>El RA 3 aporta el 15% de la nota final. Al estar dividido en 4 unidades de trabajo, hemos de dividir este porcentaje. Esta unidad de trabajo contará un 5,8%. Los criterios de evaluación valen cada uno un 1,9% de la calificación total. Trimestralmente, cada CE contará un 7,3%.</p> <p>Para evaluar cada CE se usarán los instrumentos específicos de evaluación y las rúbricas</p>	INSTRUMENTOS ESPECÍFICOS DE EVALUACIÓN <ul style="list-style-type: none"> ✓ Prueba escrita. ✓ Cuaderno de trabajo. ✓ Exposiciones orales. ✓ Observación.

UT 8 EMPRESAS COMPLEMENTARIAS		Nº Sesiones
RA	3. Analiza la oferta turística, caracterizando sus principales componentes, así como los canales de intermediación y distribución.	3
		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) La oferta complementaria. Empresas de restauración turística. b) Importancia de este tipo de empresas. c) El núcleo turístico. Características. Recursos turísticos. Importancia económica del turismo para el núcleo turístico. d) La oferta turística en Andalucía		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 ha caracterizado la oferta complementaria. d) Se han descrito las peculiaridades del núcleo turístico. e) Se ha valorado la importancia del turismo en la economía del núcleo turístico.
CRITERIOS DE CALIFICACIÓN	<p>El RA 3 aporta el 15% de la nota final. Al estar dividido en 4 unidades de trabajo, hemos de dividir este porcentaje. Esta unidad de trabajo contará un 2,5%. Los criterios de evaluación valen cada uno un 0,5% de la calificación total. Trimestralmente, cada CE contará un 3,4%.</p> <p>Para evaluar cada CE se usarán los instrumentos específicos de evaluación y las rúbricas</p>	INSTRUMENTOS ESPECÍFICOS DE EVALUACIÓN <ul style="list-style-type: none"> ✓ Prueba escrita. ✓ Cuaderno de trabajo. ✓ Exposiciones orales. ✓ Observación.

