

# ADENDA PROGRAMACIÓN DEL MÓDULO DE: DISEÑO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS

CURSO: 2º

***TÉCNICO SUPERIOR EN GUÍA, INFORMACIÓN Y  
ASISTENCIAS TURÍSTICAS***

***Real Decreto 1255 / 2009, de 24 de julio (BOE 05/09/2009)*** por el que se establece el título de Técnico Superior en Guía, Información y Asistencias Turísticas y se fijan sus enseñanzas mínimas.

***Decreto 9/2010, de 18 de marzo (BOCM 15/04/2010)*** por el que se establece para la Comunidad de Madrid el currículo del ciclo formativo de grado superior correspondiente al título de Técnico Superior en Guía, Información y Asistencias Turísticas.

Profesora: Rosario Álvaro Alonso (turno diurno)

Curso 2019 / 2020

IES HOTEL ESCUELA

## 1. NOTA ACLARATORIA

La adenda de esta programación se realiza según la “RESOLUCIÓN DE LA VICECONSEJERÍA DE POLÍTICA EDUCATIVA POR LA QUE SE DICTAN INSTRUCCIONES PARA EL DESARROLLO DEL TERCER TRIMESTRE Y FINAL DEL CURSO 2019- 2020 EN LA COMUNIDAD DE MADRID COMO CONSECUENCIA DEL ESTADO DE ALARMA PROVOCADO POR CORONAVIRUS (COVID-19)”

Se fomentará la adecuación del proceso de enseñanza y aprendizaje a las características de cada alumno, de su contexto y de su realidad. Esta adecuación favorecerá el seguimiento del alumnado y especialmente del que presenta necesidades específicas de apoyo educativo.

En su esencia se priorizará la preservación de la salud de todos los agentes que intervienen en el sistema educativo.

## 2. RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

**1.** Analiza el potencial turístico de la zona aplicando técnicas de evaluación de recursos.

### Criterios de evaluación

- a) Se han identificado los elementos que constituyen los inventarios de recursos.
- b) Se han realizado inventarios de recursos a partir del estudio de campo de otros recursos.
- c) Se han identificado los puntos clave de una ficha de técnica.
- d) Se han diseñado y cumplimentado fichas técnicas del recurso territorial.
- e) Se han realizado análisis tipo “DAFO” a partir de la información obtenida en el estudio de campo.
- f) Se ha determinado la posición competitiva del territorio a partir del análisis “DAFO”.
- g) Se han analizado las técnicas de evaluación de los recursos turísticos.
- h) Se han empleado las aplicaciones informáticas para un diseño creativo.

**2.** Determina la oportunidad de creación, modificación o eliminación de un producto/servicio turístico, evaluando las variables que lo caracterizan.

### Criterios de evaluación

- a) Se han identificado los elementos que crean la oferta turística.
- b) Se han detectado los elementos de atracción del destino.
- c) Se han reconocido los tres niveles que forman parte del producto turístico: recursos, servicios y valor añadido.
- d) Se han elaborado mapas de posicionamiento de los productos/ destinos o servicio turístico.
- e) Se ha comprobado si existe o no una pérdida de competitividad del destino.
- f) Se ha elaborado el ciclo de vida del producto, servicio o destino y se ha establecido en qué fase se halla.

**3.** Diseña productos/servicios/destinos turísticos organizando y planificando actuaciones concretas.

Criterios de evaluación

- a) Se han relacionado los recursos para establecer el tipo de producto/servicio y/o destino que se quiere diseñar.
- b) Se han identificado las características del producto/servicio o destino turísticos.
- c) Se han identificado los componentes del producto turístico.
- d) Se han realizado las operaciones necesarias para estructurar el producto/servicio o destino turístico en función de los beneficios.
- e) Se han realizado todos los pasos necesarios para la creación de productos/servicios o destinos turísticos.
- f) Se han identificado los objetivos clave del plan de desarrollo para su aplicación en la creación de productos/servicios.
- g) Se han formulado planes de acción conforme a los objetivos identificados.

**4.** Implementa los productos/servicios y/o destinos turísticos seleccionando las variables de mayor impacto socioeconómico para el entorno.

Criterios de evaluación

- a) Se han identificado los efectos del turismo en el área/ zona.
- b) Se han realizado todos los estudios necesarios para conocer la capacidad de carga del destino en donde se va a llevar a cabo el producto/ servicio turístico.
- c) Se han identificado y seleccionado las técnicas de marketing turístico aplicables al plan.
- d) Se han ejecutado las técnicas necesarias para el desarrollo y puesta en marcha de un nuevo producto.
- e) Se han caracterizado el producto, servicio y/o destino turístico para establecer las decisiones de marca.
- f) Se han ejecutado las técnicas necesarias para establecer los niveles de producto/ servicio turístico.

**5.** Dinamiza los recursos económicos territoriales, relacionando la actividad de los agentes locales con el producto/ servicio turístico creado.

Criterios de evaluación

- a) Se han identificado las políticas, planes y programas estratégicos de desarrollo local.
- b) Se han seleccionado y utilizado las políticas, planes y programas de desarrollo turístico y local.
- c) Se han identificado y seleccionado los equipos humanos y las técnicas adecuadas para dinamizar los recursos de la zona.
- d) Se han aplicado las técnicas de dinamización seleccionadas.
- e) Se ha valorado la repercusión de la dinamización turística llevada a cabo, como oportunidad de desarrollo local, de la economía, y del bienestar social.

**3. RELACIÓN SECUENCIADA DE LAS UNIDADES DE TRABAJO Y ELEMENTOS CURRICULARES DE CADA UNIDAD DE TRABAJO**

UT	
1. Aproximación al concepto de producto turístico	TI

2. Aproximación al concepto de destino turístico	T I
3. Análisis del potencial turístico	T I
4. Creación del producto – destino turístico	T I
5. Planificación del territorio y gestión del desarrollo local	T II
6. Desarrollo del producto turístico y su marca	T II
7. Comunicación y venta del producto turístico	T II

## ELEMENTOS CURRICULARES DE CADA U.T

### UNIDAD DE TRABAJO 1 (tiempo estimado 18 horas)

#### “Aproximación al concepto de producto turístico”

##### Conceptos:

- Definición de producto turístico
- Definición de producto turístico de base territorial
- Productos turísticos locales y regionales
- Definición de público objetivo
- Oferta turística
- Agentes participantes en la oferta turística
- Club de producto

##### Actividades:

- Identificar y analizar diferentes productos turísticos locales
- Analizar la participación de distintos agentes en la creación, diseño, comercialización y promoción de diversos productos turísticos
- Diferenciar producto y recurso turístico
- Identificar el perfil del turista en una determinada región
- Identificación y análisis de la oferta en un destino: cultura, patrimonio y entorno natural
- Análisis de la competitividad de un destino

##### Criterios de evaluación:

- Identificar y describir los elementos de un producto turístico
- Identificar los distintos agentes turísticos que participan en el diseño y producción; en la distribución; en la comercialización y en la promoción
- Describir la participación de las instituciones públicas
- Identificar los componentes de la oferta turística
- Identificar los elementos de un destino turístico
- Identificar la demanda turística de un destino
- Analizar la competitividad de un destino
- Identificar los entes de gestión turística en un destino turístico

### UNIDAD DE TRABAJO 2 (tiempo estimado 18 horas)

#### “Aproximación al concepto de destino turístico”

##### Conceptos:

- Definición de destino turístico

- Competitividad de un destino
- Concepción del destino como producto turístico
- Demanda turística actual y potencial

**Actividades:**

- Identificar el perfil del turista en una determinada región
- Identificación y análisis de la oferta en un destino
- Análisis de la competitividad de un destino

**Criterios de evaluación:**

- Identificar los elementos de un destino turístico
- Identificar la demanda turística de un destino
- Analizar la competitividad de un destino
- Identificar los entes de gestión turística en un destino turístico
- Gestionar los destinos desde el marketing
- Describir los tipos de destino según su oferta
- Distinguir entre demanda actual y demanda potencial

**UNIDAD DE TRABAJO 3** (tiempo estimado 20 horas)

**“ANÁLISIS DEL POTENCIAL TURÍSTICO”**

**Conceptos:**

- La información como herramienta de trabajo
- Conocimiento de un territorio: Indicadores geográficos, socioeconómicos y culturales
- Recursos turísticos de territorio
- Sistema de diagnóstico DAFO

**Actividades:**

- Interpretar indicadores geográficos, socioeconómicos y culturales
- Elaborar y cumplimentar fichas de recursos turísticos
- Identificar la oferta de una zona concreta
- Impacto de las actividades turísticas en una zona concreta
- Realizar cuestionarios de evaluación de recursos
- Aplicar el sistema de diagnóstico DAFO
- Diferenciar zonas del territorio según su grado de desarrollo

**Criterios de evaluación:**

- Caracterización del territorio mediante el uso de indicadores geográficos, socioeconómicos y culturales
- Identificar y describir las fuentes de información turística más relevantes
- Definir criterios para evaluar los recursos disponibles atendiendo a su potencialidad turística
- Clasificar los recursos de una localidad o región
- Seleccionar los recursos que mejor se adecuen a las necesidades detectadas en el mercado

**UNIDAD DE TRABAJO 4** (tiempo estimado 18 horas)

**“CREACIÓN DEL PRODUCTO – DESTINO TURÍSTICO”**

**Conceptos:**

- Elementos propios del producto turístico
- Matriz BCG
- Posicionamiento del producto -destino turístico
- Competitividad
- Estructura del producto - destino turístico
- Ciclo de vida del producto - destino turístico
- Estándar de calidad

**Actividades:**

- Elaboración de tablas y mapas con los recursos turísticos activos y pasivos
- Utilización de la matriz BCG
- Análisis de la viabilidad del producto - destino turístico
- Definición de estándares y mecanismos de control de calidad

**Criterios de evaluación:**

- Definir los componentes que caracterizan un producto turístico: recursos, oferta básica, oferta y servicios complementarios
- Analizar el mercado: ¿Qué quiere el mercado?
- Utilizar el ciclo de vida para la toma de decisiones
- Utilizar la matriz BCG
- Determinar el posicionamiento de un producto - destino turístico concreto
- Gestionar la calidad

**UNIDAD DE TRABAJO 5** (tiempo estimado 18 horas)

**“PLANIFICACIÓN DEL TERRITORIO Y GESTIÓN DEL DESARROLLO LOCAL”**

**Conceptos:**

- Planificación turística en España
- Gestión e integración de los recursos
- Clasificación de los destinos turísticos
- Planificación del destino turístico
- Plan de desarrollo del destino turístico

**Actividades:**

- Analizar el plan de desarrollo de una localidad de la CAM
- Elaborar un plan sencillo de integración de los recursos de una localidad concreta

**Criterios de evaluación:**

- A partir de un supuesto práctico convenientemente caracterizado:
  - Elaborar un programa de desarrollo de un destino turístico
  - Concretar temporalidad
  - Identificar objetivos
  - Formular políticas y planes de acción
  - Ejecución y gestión
  - Seguimiento y control

**UNIDAD DE TRABAJO 6** (tiempo estimado 16 horas)

**“DESARROLLO DEL PRODUCTO – DESTINO TURÍSTICO Y SU MARCA”**

**Conceptos:**

- Desarrollo turístico y sostenibilidad
- Capacidad de carga

- Desarrollo del producto - destino turístico
- Marca y percepción
- Funciones de la imagen de marca
- Benchmarking

**Actividades:**

- Relacionar los recursos con el tipo de producto - destino que se quiere diseñar
- Analizar el desarrollo turístico de un destino
- Identificar atributos de diferenciación
- Crear una imagen de marca y valorar la importancia de la misma frente a los competidores

**Criterios de evaluación:**

- Establecer la capacidad de carga
- Estructurar un producto turístico
- Valorar la importancia de la imagen para un destino
- Crear la imagen a partir de la valoración del turista
- Analizar la imagen de los competidores directos

**UNIDAD DE TRABAJO 7** (tiempo estimado 14 horas)

**“COMUNICACIÓN Y VENTA DEL PRODUCTO DESTINO TURISTICO”**

**Conceptos:**

- Instrumentos de comunicación
- El papel de los medios de comunicación
- Canales de comunicación
- Marketing on line
- Canales de distribución
- Instrumentos de promoción
- Merchadising

**Actividades:**

- Definición de la estrategia de comunicación
- Diseñar el contenido de los folletos y su proceso de distribución
- Evaluación de la adecuación entre el mensaje, la calidad del soporte y el público objetivo.
- Análisis y selección de diferentes tipos de medios, soportes publicitarios y mensajes, de acuerdo con los objetivos propuestos por el profesor.
- Mediante material publicitario aportado por el profesor o por los propios alumnos sobre destinos, análisis de las características y requisitos de los mensajes publicitarios.
- Valorar la utilización de distintos instrumentos

**Criterios de evaluación:**

- Evaluar la promoción y la comunicación realizada por los competidores
- Analizar y seleccionar diferentes tipos de medios, soportes publicitarios y mensajes, de acuerdo con objetivos propuestos.
- Valorar la importancia de utilizar los canales adecuados al público objetivo.
- Evaluar los canales de distribución empleados

**4. METODOLOGÍA Y ORIENTACIONES PEDAGÓGICAS**

Una parte fundamental del trabajo educativo estará centrado en el repaso de los contenidos abordados durante el primer y segundo trimestre del presente

curso.

Se prestará especial atención a la secuenciación y a la fijación de un calendario de actividades que resulte factible para el alumnado, teniendo en cuenta las limitaciones del entorno online.

Se priorizarán aquellos aprendizajes relacionados con objetivos o desarrollo de competencias que se consideren esenciales para la obtención del título correspondiente.

En caso de reanudación de la actividad educativa presencial, se dará prioridad, en la medida en que sea posible, a los contenidos y las competencias que no pudieron abordarse a distancia por requerir la utilización de material específico o la realización de actividades prácticas y se programarán actividades de evaluación presenciales.

## **5. ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD Y ADAPTACIONES CURRICULARES**

Se tendrá en cuenta a aquellos alumnos que, por diversas circunstancias, tengan una mayor dificultad en avanzar en esos contenidos. Se priorizarán aquellos aprendizajes relacionados con objetivos o desarrollo de competencias que se consideren esenciales para permitir el progreso académico en el curso siguiente o la obtención del título o certificado correspondiente.

Se realizará la modificación, adaptación y seguimiento de las adaptaciones significativas o de los planes de apoyo y refuerzo, según corresponda, que se consideren necesarios.

## **6. SISTEMA DE EVALUACIÓN Y CRITERIOS DE CALIFICACIÓN**

El sistema de evaluación se apoyará en la realización de las actividades facilitadas correspondientes a la totalidad de los contenidos trabajados durante el primer y segundo trimestre en clase adaptadas en su temporalización y adecuándolas con el fin de poder obtener evidencia del desempeño de los alumnos durante el periodo no presencial, También se modificarán los medios, las actividades se subirán a drive previa comunicación a los alumnos vía email, se facilitarán las correcciones por la misma vía además de la retroalimentación que se considere oportuna para que puedan superar el módulo.

Se adecuarán los procedimientos e instrumentos de evaluación, los criterios de calificación y la temporalización tomando en consideración el trabajo a distancia o en línea. A la hora de ajustar los criterios de calificación, se tendrán en cuenta la evolución del alumnado durante los dos primeros trimestres del curso escolar y el trabajo desarrollado durante el tercer trimestre.

Se ponderarán las posibles carencias no achacables al propio alumnado para asegurarse de que ello no penalice su calificación.

## **7. ACTIVIDADES DE RECUPERACIÓN**

En caso de que continúe la situación de no poder asistir al centro, se adaptarán en función de lo establecido en los puntos anteriores.

### **7.1. Primera convocatoria extraordinaria:**



Se llevarán a cabo actividades de recuperación para la superación del módulo.

## 8. BIBLIOGRAFÍA, MATERIALES Y RECURSOS DIDÁCTICOS

Todos los facilitados en los dos primeros trimestres, temas y actividades programadas.

Utilización de las TIC para el seguimiento del trabajo de los alumnos, drive y email y plataformas educativas como kahoot.

## 9. ANEXOS

ACTIVIDADES EDUCATIVAS	FECHAS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN Y DE CALIFICACIÓN
Actividades trabajadas en las distintas unidades didácticas correspondientes al primer trimestre a modo de repaso	30/03/20 – 02/04/20 14/04/20 – 08/05/20	- En las actividades que comportan búsqueda de información se calificará su entrega, en las actividades de aplicación práctica de los contenidos del tema se calificará su grado de adecuación.
Actividades trabajadas en las distintas unidades didácticas correspondientes al segundo trimestre a modo de repaso	11/05/20 – 10/06/20	- En ambas se calificará la organización de la información y la expresión escrita.