



CICLO FORMATIVO GRADO SUPERIOR
GUÍA, INFORMACIÓN Y ASISTENCIAS TURÍSTICAS

CURSO

2025/2026

PROGRAMACIÓN DIDÁCTICA

**MÓDULO DISEÑO
DE PRODUCTOS
TURÍSTICOS**

PROGRAMACIÓN DIDÁCTICA

MÓDULO PROFESIONAL

DISEÑO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS

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)	4
5. RESULTADOS DE APRENDIZAJE (RA)	4
6. PROPUESTA DE UNIDADES DE TRABAJO (UT) ASOCIADAS A LOS RESULTADOS DE APRENDIZAJE	5
7. CONTENIDOS A TRABAJAR EN LAS UNIDADES DE TRABAJO (CURRÍCULO)	5
8. METODOLOGÍA	7
9. UNIDADES DIDÁCTICAS, RA Y TEMPORALIZACIÓN	10
10. CRITERIOS DE EVALUACIÓN	12
11. EVALUACIÓN, INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN Y CRITERIOS DE CALIFICACIÓN	13
12. APOYO, REFUERZO Y RECUPERACIÓN	15
13. RECUPERACIÓN	15
ANEXO: UNIDADES DE TRABAJO DEL MÓDULO PROFESIONAL	16

Ciclo Formativo	TÉCNICO SUPERIOR EN GUÍA, INFORMACIÓN Y ASISTENCIAS TURÍSTICAS (GIAT) IES MONTERROSO (ESTEPOÑA-MÁLAGA)
Normativa que regula el título	✓ 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. ✓ Resolución de 26 de junio de 2024, de la Dirección General de Formación Profesional, por la que se dictan Instrucciones para regular aspectos relativos a la organización y al funcionamiento del curso 2024/2025 en la Comunidad Autónoma de Andalucía.
Módulo Profesional	DISEÑO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS
Duración del Módulo	245 HORAS TOTALES/ 7 HORAS SEMANALES
Profesora	Beatriz Ruiz Raya

1. INTRODUCCIÓN AL MÓDULO PROFESIONAL (MP)

Esta programación está diseñada para alumnado del segundo curso de ciclo formativo de grado superior GIAT, y es una programación propia para el módulo de Diseño de Productos Turísticos.

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 10 alumnos de entre 19 y 56 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 rentables y de calidad.
- 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.
- f) Reconocer y valorar el patrimonio natural y cultural, analizando sus peculiaridades para informar y conducir a turistas y viajeros.
- k) Caracterizar aplicaciones informáticas y de gestión así como las TIC, reconociendo su utilidad para incrementar la eficacia de los servicios prestados.
- ñ) Valorar la diversidad de opiniones como fuente de enriquecimiento, reconociendo otras prácticas, ideas y creencias para resolver problemas y tomar decisiones.
- o) Reconocer e identificar posibilidades de mejora profesional, recabando información y adquiriendo conocimientos para la innovación y actualización en el ámbito de su trabajo.

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 para 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 vistas a su lanzamiento o consolidación, fijando los precios adecuados.

- k) Incrementar la eficacia de los servicios prestados mediante el empleo de aplicaciones informáticas y de gestión, así como las TIC.
- l) Motivar al personal a su cargo, delegar funciones y tareas, promoviendo la participación y el respeto, las actitudes de tolerancia y los principios de igualdad de oportunidades.
- m) Resolver problemas y tomar decisiones individuales siguiendo las normas y procedimientos establecidos, definidos dentro del ámbito de su competencia.

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: Analiza el potencial turístico de la zona aplicando técnicas de evaluación de recursos.
- ✓ RA 2: Determina la oportunidad de creación, modificación o eliminación de un producto/servicio turístico, evaluando las variables que lo caracterizan
- ✓ RA 3: Diseña productos/servicios/destinos turísticos organizando y planificando actuaciones concretas.
- ✓ RA 4: Implementa los productos/servicios y/o destinos turísticos seleccionando las variables de mayor impacto socioeconómico para el entorno.
- ✓ RA 5: Dinamiza los recursos económicos territoriales, relacionando la actividad de los agentes locales con el producto/ servicio turístico creado.

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

UNIDAD DE TRABAJO	RA
UT1. ANÁLISIS DEL POTENCIAL TURÍSTICO DE UNA ZONA.	1. Analiza el potencial turístico de la zona aplicando técnicas de evaluación de recursos.
UT 2. OPORTUNIDADES DE CREACIÓN, MODIFICACIÓN O ELIMINACIÓN DE UN PRODUCTO O SERVICIO TURÍSTICO	2. Determina la oportunidad de creación, modificación o eliminación de un producto/servicio turístico, evaluando las variables que lo caracterizan
UT3. DISEÑO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS	3. Diseña productos/servicios/destinos turísticos organizando y planificando actuaciones concretas.
UT4. IMPLEMENTACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS	4. Implementa los productos/servicios y/o destinos turísticos seleccionando las variables de mayor impacto socioeconómico para el entorno. 5. Dinamiza los recursos económicos territoriales, relacionando la actividad de los agentes locales con el producto/ servicio turístico creado.

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 Guía, Información y Asistencias Turísticas. Su distribución en las distintas unidades de trabajo es la siguiente:

UT	CONTENIDOS
UT 1 Análisis del potencial turístico de una zona.	a) Los recursos turísticos de un territorio b) Tipos y clasificación de recursos turísticos. c) Inventarios turísticos. d) Fichas técnicas de recursos turísticos. e) Técnicas de evaluación de recursos turísticos. f) Cuestionario de evaluación de recursos. g) Sistemas de diagnóstico DAFO. h) Uso de programas informáticos y/o App`s para la creación de diseños: Canva, Adobe Photoshop, Sketch.
UT 2 Oportunidades de creación, modificación y eliminación de productos, servicios o destinos turísticos.	a) El destino turístico y su clasificación. b) La oferta turística de un destino o un producto turístico. c) Elementos de atracción de un destino turístico. d) Los niveles del producto turístico en la satisfacción del cliente. e) Mapas de posicionamiento. Competitividad. f) Ciclo de vida del producto y destino turísticos.
UT 3 Diseño de productos turísticos.	a) El producto turístico: características y elementos. b) Club de productos. c) Planificación del destino turístico. Sostenibilidad. d) Plan de diseño de productos turísticos. i) Análisis inicial. ii) Desarrollo y creación del producto. iii) Objetivos y planes de acción. iv) Estrategias. e) Segmentación de mercado. f) Factores que condicionan la demanda turística.
UT 4 Implementación y dinamización.	a) Estudio del impacto del turismo en el territorio. b) Turismo y medio ambiente. a. Capacidad de carga del destino b. La sostenibilidad. c) Técnicas de comercialización del producto y destino turísticos. d) La importancia de la marca en los destinos y productos turísticos. e) La distribución. f) La calidad en el producto o servicio. g) Desarrollo local y empleos futuros: dinamización.

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. ACTIVIDADES DE ENSEÑANZA APRENDIZAJE

- ✓ 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, gamificación, 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.
8.3. MATERIALES Y RECURSOS DIDÁCTICOS	✓ Libro de texto de referencia: (2018). SILVIA JESÚS GARRIDO. Madrid. DISEÑO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS. Editorial Paraninfo. ✓ Material audiovisual: Vídeos, presentaciones con diapositivas. ✓ Aula polivalente con ordenadores, portátil y conexión a Internet. ✓ Proyector, pantalla, altavoces, micrófono inalámbrico, webcam y pizarra blanca. ✓ Webgrafía relacionada con el marketing turístico y el sector en general.
8.4. MEDIDAS DE ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD	✓ 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. ✓ Se hace un seguimiento de aquellos alumnos que no siguen el ritmo de tareas o incumplen sus plazos.

9. UNIDADES DIDÁCTICAS, RA Y TEMPORALIZACIÓN

9. UNIDADES DIDÁCTICAS, RA Y TEMPORALIZACIÓN					
RA (resultados de aprendizaje)	UT (unidades de trabajo)	TRIMESTRE	HORAS	% PESO TRIMESTRE	% PESO ANUAL
RA 1. Analiza el potencial turístico de la zona aplicando técnicas de evaluación de recursos.	1. Análisis del potencial turístico.	1	20	RA1 20%	7.8%
RA2. Determina la oportunidad de creación, modificación o eliminación de un producto/servicio turístico, evaluando las variables que lo caracterizan.	2. Oportunidades de creación, modificación y eliminación de productos, servicios o destinos turísticos.	1	30	RA2 35%	13.7%
RA3. Diseña productos/servicios/destinos turísticos organizando y planificando actuaciones concretas.	3. Diseño de productos turísticos.	1	45	RA3 45%	17.5%
TOTAL PRIMER TRIMESTRE			95	100%	39%
RA 4. Implementa los productos/servicios y/o destinos turísticos seleccionando las variables de mayor impacto socioeconómico para el entorno. RA 5. Dinamiza los recursos económicos territoriales, relacionando la actividad de los agentes locales con el producto/ servicio turístico creado.	4.Implementación y dinamización.	2	75	RA4 50%	15.25%
				RA5 50%	15.25%
TOTAL SEGUNDO TRIMESTRE			75	100%	30.5%
RA 4. Implementa los productos/servicios y/o destinos turísticos seleccionando las variables de mayor impacto socioeconómico para el entorno.	4.Implementación y dinamización.	3	75	100%	30.5%
TOTAL TERCER TRIMESTRE			75	100%	30.5%
TOTAL			245	100 %	

El RA 4 será impartido diferenciando 37 horas en el centro y 75 horas en la empresa.

Para la parte de formación en empresa de este Módulo Profesional, que corresponde a una duración de 70 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 desde el 16 de marzo hasta el 29 de mayo, 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/ Departamento
4	a) b)	Analiza las repercusiones ecológicas y sociales del turismo masivo y estacional de la zona en la que se sitúa la empresa.	OIT AAVV HOTEL EMPRESAS GUÍA
4	c)	Identifica los productos y servicios turísticos que ofrece la empresa y las técnicas de marketing utilizadas.	OIT AAVV HOTEL EMPRESAS GUÍA
4	d)	Diseña e implementa la propuesta de un nuevo producto en la empresa.	OIT AAVV HOTEL EMPRESAS GUÍA
4	e)	Estudia las decisiones de marca del destino donde se ubica la empresa.	OIT AAVV HOTEL EMPRESAS GUÍA
4	f)	Identifica los servicios que se ofrecen en la empresa y establece cuál el nivel de cada uno de ellos.	OIT AAVV HOTEL EMPRESAS GUÍA

10. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

RA 1	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.
RA 2	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.
RA 3	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.
RA 4	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.
RA 5	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.

11. EVALUACIÓN, INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN Y CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

CONSIDERACIONES GENERALES	✓ La evaluación se realiza teniendo en cuenta los RA y los CE, tanto en el centro educativo como en la empresa, así como las competencias y objetivos generales del Ciclo Formativo asociados al módulo y establecidos en la normativa. El tutor laboral colabora de forma cualitativa. ✓ Se trata de una evaluación continua, formativa e integrado, 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. ✓ Pérdida de evaluación continua: se requiere asistencia mínima del 80 % en centro y empresa. En caso contrario, perderá el derecho a evaluación continua. ✓ 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.
INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN	✓ 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.
CRITERIOS DE CALIFICACIÓN	✓ La calificación 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.

13. RECUPERACIÓN

ALUMNADO QUE NO SUPERE ALGÚN RA EN EL CENTRO O EN LA EMPRESA.	Se diseñará un plan de recuperación y atención individualizado que se ajuste a cada casuística concreta en el que podrá recuperar aquellos RA no superados en el centro o en la empresa. Se propondrán actividades de recuperación y/o prueba escrita para superar dichos RA antes del 25 de junio. En caso de que el alumnado vea suspendida su periodo de estancia en la empresa deberá superar dicho RA en el centro con las actividades de recuperación y prueba escritas previstas.
ALUMNADO QUE NO PUEDA SER EVALUADO DE FORMA CONTINUA.	Para el alumnado que no haya podido ser evaluado de forma continua, bien por las faltas 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 del curso (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 aquellos RA que no haya superado. ✓ Se pedirán trabajos alternativos para superar la parte práctica no superada.

ANEXO: UNIDADES DE TRABAJO DEL MÓDULO PROFESIONAL

UT 1 ANÁLISIS DEL POTENCIAL TURÍSTICO DE UNA ZONA.		Nº Sesiones
RA	1. Analiza el potencial turístico de la zona aplicando técnicas de evaluación de recursos.	20
		OG
		a), c), k)
OBJETIVOS	✓ Estudiar los elementos que forman un inventario de recursos. ✓ Elaborar fichas técnicas de recursos turísticos. ✓ Analizar las diferentes técnicas de evaluación de recursos. ✓ Conocer y utilizar el análisis DAFO. ✓ Emplear programas para diseños creativos..	
CONTENIDOS		CRITERIOS DE EVALUACIÓN
a) Recursos turísticos del territorio. b) Tipos y clasificación de recursos. c) Confección de fichas de recursos turísticos. d) Elaboración de los inventarios de recursos turísticos. e) Técnicas de evaluación. f) Cuestionarios de evaluación de recursos. g) Elaboración de sistemas de diagnóstico "DAFO". h) Uso de programas informáticos y/o App`s para la creación de diseños: Canva, Adobe Photoshop, Sketch, etc.		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 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.
CRITERIOS DE CALIFICACIÓN	El RA 1 valdrá un 7,8% de la nota total, siendo un 20% para la trimestral. Por ello, cada CE alcanzado contará un 0.98% de la nota final. Para evaluar cada CE se usarán los instrumentos específicos de evaluación y las rúbricas.	INSTRUMENTOS ESPECÍFICOS DE EVALUACIÓN ✓ Prueba escrita. ✓ Cuaderno de trabajo. ✓ Actividades del libro de texto de referencia y de elaboración propia. ✓ Exposiciones ✓ Observación. ✓ Plataforma classroom

UT 2. OPORTUNIDADES DE CREACIÓN, MODIFICACIÓN Y ELIMINACIÓN DE PRODUCTOS, SERVICIOS O DESTINOS TURÍSTICOS.		Nº Sesiones
RA	2. Determina la oportunidad de creación, modificación o eliminación de un producto/servicio turístico, evaluando las variables que lo caracterizan.	30
		OG
		a), b), c), k)
OBJETIVOS	✓ Conocer la oferta turística de un destino o producto turístico. ✓ Identificar los atractivos de un destino. ✓ Diferenciar los tres niveles del producto turístico. ✓ Crear mapas de posicionamiento. ✓ Elaborar el ciclo de vida de un producto, servicio o destino.	
CONTENIDOS		CRITERIOS DE EVALUACIÓN
a. El destino turístico y su clasificación. b. La oferta turística de un destino o un producto turístico. c. Elementos de atracción de un destino turístico. d. Los niveles del producto turístico en la satisfacción del cliente. e. Mapas de posicionamiento. Competitividad. f. Ciclo de vida del producto y destino turísticos.		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
CRITERIOS DE CALIFICACIÓN	El RA 2 refleja el 13,7% de la nota final, siendo su correspondencia un 35% de la trimestral. Por ello, cada criterio de evaluación alcanzado, trimestralmente valdría un 5,8% de la nota. Para calcular la nota final, cada CE alcanzando contaría un 2,28%. Para evaluar cada CE se usarán los instrumentos específicos de evaluación y las rúbricas.	INSTRUMENTOS ESPECÍFICOS DE EVALUACIÓN ✓ Prueba escrita. ✓ Cuaderno de trabajo. ✓ Práctica: primera fase para la creación de un producto turístico: generación de la idea. ✓ Exposiciones orales. ✓ Observación.

UT 3 DISEÑO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS.		Nº Sesiones
RA	3. Diseña productos/servicios/destinos turísticos organizando y planificando actuaciones concretas.	45
		OG
		a), b), c), k), l), ñ)
OBJETIVOS	✓ Saber identificar los recursos necesarios para crear un producto/servicio y/o destino. ✓ Definir producto turístico y club de productos turísticos. ✓ Diferenciar los elementos del producto turístico. ✓ Conocer los pasos para la creación de un producto/servicio o destino turísticos. ✓ Diseñar un plan de desarrollo de un producto turístico diferenciando objetivos y planes de acción.	
CONTENIDOS		CRITERIOS DE EVALUACIÓN
a) Definición de producto turístico. b) El producto turístico. Características y elementos. c) Club de productos turísticos. d) Desarrollo del proyecto de creación del producto: plan de diseño de productos turísticos. e) Plan de desarrollo de un producto turístico. - Objetivos. - Planes de acción.		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.
CRITERIOS DE CALIFICACIÓN	El RA 3 cuenta un 17,5% de la nota final, correspondiendo un 45% a la trimestral. Por ello, cada criterio de evaluación alcanzado, trimestralmente valdría un 6,4% de la nota. Para calcular la nota final, cada CE alcanzando contaría un 2,5%. Para evaluar cada CE se usarán los instrumentos específicos de evaluación y las rúbricas.	INSTRUMENTOS ESPECÍFICOS DE EVALUACIÓN ✓ Prueba escrita. ✓ Cuaderno de trabajo. ✓ Práctica: Parte 2 de la actividad anterior: desarrollo del producto turístico. ✓ Exposiciones orales. ✓ Observación.

UT 4 IMPLEMENTACIÓN Y DINAMIZACIÓN.		Nº Sesiones
RA	4. Implementa los productos/servicios y/o destinos turísticos seleccionando las variables de mayor impacto socioeconómico para el entorno.	150
	5. Dinamiza los recursos económicos territoriales, relacionando la actividad de los agentes locales con el producto/ servicio turístico creado.	OG a), b), c), k), l), ñ)
OBJETIVOS	✓ Identificar los efectos del turismo en la zona, así como la capacidad de carga de dicho destino. ✓ Conocer las técnicas de marketing para desarrollar un nuevo producto. ✓ Analizar las políticas, planes y programas de desarrollo turístico y local. ✓ Aplicar técnicas de dinamización. ✓ Estudiar la repercusión de la dinamización en el destino turístico.	
CONTENIDOS		CRITERIOS DE EVALUACIÓN
a) Estudio del impacto del turismo en el territorio. b) Turismo y medio ambiente. a. Capacidad de carga del destino b. La sostenibilidad. c) Técnicas de comercialización del producto y destino turísticos. d) La importancia de la marca en los destinos y productos turísticos. e) La distribución. f) Técnicas para establecer el nivel del producto/servicio turístico. g) Políticas, planes y programas de desarrollo turístico. h) Técnicas para dinamizar los recursos turísticos de la zona. Aplicación. i) Desarrollo local y empleos futuros: dinamización turística.		a) Se han identificado efectos del turismo en la 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. g) Se han identificado las políticas, planes y programas estratégicos de desarrollo local. h) Se han seleccionado y utilizado las políticas, planes y programas de desarrollo turístico y local. i) Se han identificado y seleccionado los equipos humanos y las técnicas adecuadas para dinamizar los recursos de la zona. j) Se han aplicado las técnicas de dinamización seleccionadas. k) Se ha valorado la repercusión de la dinamización turística llevada a cabo, como oportunidad de desarrollo local, de la economía, y del bienestar social.
CRITERIOS DE CALIFICAC.	El RA 4 y 5, en esta UT, aportan un 30,5% de la nota final y un 100% de la trimestral. Por ello, cada CE alcanzado, trimestralmente valdría un 9,1%. Para calcular la nota final, cada CE alcanzando contaría un 2,8%. Para evaluar cada CE se usarán los instrumentos específicos de evaluación y las rúbricas.	INSTRUMENTOS ESPECÍFICOS DE EVALUACIÓN ✓ Prueba escrita. ✓ Cuaderno de trabajo. ✓ Exposiciones orales. ✓ Observación.