

# **PROGRAMACIÓN DIDÁCTICA**

## **MÓDULO PROFESIONAL: MARKETING TURÍSTICO**

**C.F.G.S. Guía, información y asistencia turística**

**Curso: 25-26**

**1º GIAT**

### **Índice**

#### **1. INTRODUCCIÓN**

- Sentido y finalidad de la programación didáctica
- Niveles de concreción curricular
- Adaptación al contexto y reflexión docente

#### **2. PRESENTACIÓN DEL MÓDULO PROFESIONAL Y COMPETENCIA GENERAL**

- Denominación y equivalencia en ECTS
- Código y duración
- Competencia general del título
- Contribución del módulo a la competencia general del ciclo

#### **3. MARCO LEGAL**

- Ámbito estatal
- Ámbito autonómico (Andalucía)
- Normativa complementaria
- Cambios en el módulo a raíz del nuevo marco normativo de FP Dual

#### **4. ALUMNADO Y CENTRO EDUCATIVO**

- Características generales del alumnado
- Contexto social y educativo
- El centro educativo como entorno de aprendizaje
- Composición del departamento didáctico
- Distribución de módulos y profesorado

#### **5. BILINGÜISMO**

- Modalidad bilingüe del módulo

- Uso de la lengua inglesa en el aprendizaje
- Participación de la asistente lingüística
- Enfoque metodológico y motivación

## **6. OBJETIVOS GENERALES Y COMPETENCIAS PROFESIONALES, PERSONALES Y SOCIALES**

- Objetivos generales del ciclo a los que contribuye el módulo
- Competencias profesionales, personales y sociales asociadas

## **7. EJECUCIÓN Y ORGANIZACIÓN DE LA FORMACIÓN PROFESIONAL DUAL**

- Descripción del modelo dual aplicado en el centro
- Criterios de selección de alumnado y asignación a empresas
- Distribución temporal y horaria
- Duración total de la formación en empresa

## **8. UNIDADES DIDÁCTICAS**

- Temporalización anual
- Relación de unidades por trimestre
  - **Unidad 1:** Introducción al marketing turístico
  - **Unidad 2:** Estudio del mercado
  - **Unidad 3:** Marketing digital y ético
  - **Unidad 4:** El marketing mix
  - **Unidad 5:** El plan de marketing
  - **Unidad 6:** El proceso de compra
- Tabla de resultados de aprendizaje, criterios de evaluación y distribución de horas
- Horas de formación en el centro y en empresa

## **9. METODOLOGÍA**

### **9.1. Orientaciones pedagógicas**

- Enfoque competencial y basado en proyectos
- Aprendizaje activo, participativo y creativo

### **9.2. Líneas de actuación**

- Aplicación práctica de los conceptos de marketing
- Elaboración de proyectos y productos finales

### **9.3. Estrategias metodológicas**

- Aprendizaje Basado en Retos (ABR)
- Aprendizaje Basado en Proyectos (ABP)

- Integración de la digitalización y sostenibilidad

#### **9.4. Estrategias de motivación y aprendizaje cooperativo**

#### **9.5. Actividades complementarias y extraescolares**

#### **9.6. Agrupamientos del alumnado**

#### **9.7. Organización espacial y temporal**

- Espacios físicos y equipamientos
- Organización temporal y flexibilidad de la programación

#### **9.8. Materiales y recursos didácticos**

- Recursos digitales (Moodle Centros, Canva, ofimática, audiovisuales)
- Recursos bibliográficos y materiales de aula

### **10. EVALUACIÓN**

#### **10.1. Criterios de evaluación**

#### **10.2. Instrumentos de evaluación**

#### **10.3. Cuándo se evaluará**

- Evaluación inicial
- Evaluación continua y final
- Autoevaluación docente y del alumnado

### **11. MEDIDAS DE ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD**

- Estrategias para alumnado con necesidades específicas
- Adaptaciones metodológicas y temporales

### **12. CONTENIDOS DE CARÁCTER TRANSVERSAL**

- Sostenibilidad
- Igualdad de género
- Digitalización
- Emprendimiento y orientación laboral

### **13. BIBLIOGRAFÍA**

- Bibliografía básica y complementaria
- Fuentes digitales y normativas



## 1. INTRODUCCIÓN

La programación didáctica estructura de forma coherente la actuación docente basándose en las decisiones tomadas en el Proyecto Educativo y concreta para cada módulo profesional el conjunto de acciones educativas que permitan alcanzar las capacidades previstas en el mismo. Estamos en el 3er. nivel de concreción del currículo en Formación Profesional (en adelante FP) que deberá elaborar el/la profesor/a del Módulo Profesional (en adelante MP) que corresponda, si bien la responsabilidad de su gestión será, en último término, del Departamento Didáctico correspondiente.

Nos permite eliminar el azar y la improvisación; abrir la reflexión sobre los elementos curriculares, en particular sobre la secuenciación de los contenidos y su organización y distribución en unidades de trabajo; permite sistematizar y llevar a la práctica las orientaciones y planteamientos establecidos en el Proyecto Curricular del Ciclo Formativo (en adelante PCCF) y en el Proyecto educativo (PE); permite adaptar los procesos de enseñanza y aprendizaje a las características del entorno socioeconómico y del alumnado; explicita el plan de actuación docente en cada MP, constituyendo un instrumento que permite incorporar mejoras en función de las reflexiones, análisis e innovaciones realizadas durante el proceso de enseñanza-aprendizaje. El departamento planteará la modificación de las programaciones al comienzo de cada trimestre (enero y abril), y en la evaluación final, en el caso de que fueran necesarias.

El éxito educativo depende en gran medida de que se conforme como un instrumento versátil y flexible que permita la adaptación constante al proceso respondiendo a las preguntas: qué, cómo, cuándo y dónde enseñar.

En el diseño de toda programación didáctica, se ha de prestar atención a tres grandes aspectos, **la normativa, las características del alumnado al que va dirigido y el contexto**. Necesariamente, la programación se va a ver condicionada por estos tres pilares que son el fundamento de la misma.

## 2. PRESENTACIÓN DEL MÓDULO PROFESIONAL Y COMPETENCIA GENERAL

El módulo de *Marketing turístico* es un módulo de soporte que contiene formación necesaria para desempeñar la función de información y asesoramiento a viajeros.

Asimismo, este módulo contribuye a alcanzar la **competencia general** del título recogida en el RD 1255/2009 por el que se establece el título:

***La competencia general de este título consiste en planificar, promocionar e informar sobre destinos turísticos de base territorial, guiando y asistiendo a viajeros y clientes en los mismos, así como en terminales, medios de transporte, eventos y otros destinos turísticos.***

### DENOMINACIÓN DEL MÓDULO Y EQUIVALENCIA EN ECTS

Módulo Profesional: Marketing turístico.

Equivalencia en créditos ECTS: 10.

Código: 0173.

### CURSO EN EL QUE SE IMPARTE

Primer curso del Ciclo Formativo de **Guía, asistencia e información turísticas**.

**DURACIÓN:** 160 horas, impartándose 5 horas a la semana.

### 3. NORMATIVA DE LOS CICLOS FORMATIVOS DE GRADO SUPERIOR DEL GRADO D

En la elaboración de una programación, uno de los principales objetivos perseguidos es el de concretar el currículo al centro educativo, después de las enseñanzas comunes del Estado y de los currículos de las Comunidades Autónomas.

El módulo profesional de *Marketing turístico*, en adelante MKT, pertenece al Ciclo Formativo de Grado Superior de Guía, información y asistencia turística, de la Familia Profesional de Hostelería y Turismo, una de las 26 Familias Profesionales de la F.P., por tanto, para la realización de la programación didáctica se ha tenido en cuenta, por un lado, la normativa relacionada de forma general con la Formación Profesional, y por otro, aquella de aplicación específica a éste Ciclo Formativo.

Referida a la **Educación en general**:

- La Constitución Española de 1978, en su art. 27 defiende el derecho a la educación y a que ésta sea programada.
- Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación (LOE), modificada por la Ley Orgánica 3/2020, de 29 de diciembre (LOMLOE) (texto consolidado) regula, en el Capítulo V del Título I, la Formación Profesional
- Ley 17/2007, de 10 de diciembre, de Educación de Andalucía. (LEA)
- Ley Orgánica 3/2022, de 31 de marzo, de ordenación e integración de la Formación Profesional.

Además de la normativa citada con carácter general para las enseñanzas de Formación Profesional, para los ciclos formativos de grado medio y grado superior del Grado D debe considerarse la siguiente:

a) **Ámbito estatal:**

- Real Decreto 278/2023, de 11 de abril, por el que se establece el calendario de implantación del Sistema de Formación Profesional establecido por la Ley Orgánica 3/2022, de 31 de marzo, de ordenación e integración de la Formación Profesional.
- RD 659/2023 de 18 de julio por el que se desarrolla la ordenación del sistema de formación profesional (texto consolidado).
- Real Decreto 499/2024, de 21 de mayo, por el que se modifican determinados reales decretos por los que se establecen títulos de Formación Profesional de grado superior y se fijan sus enseñanzas mínimas.
- RD 500/2024, de 21 de mayo, por el que se modifican determinados reales decretos por los que se establecen títulos de Formación Profesional de grado superior y se fijan sus enseñanzas mínimas.

b) **Ámbito autonómico:**

- Orden de 26 de septiembre de 2025, por la que se regula la fase de formación en empresa u organismo equiparado de los grados D y E del Sistema de Formación Profesional de la Comunidad Autónoma de Andalucía.
- Decreto 147/2025, de 17 de septiembre de 2025, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas de los Grados D y E del Sistema de Formación Profesional en la Comunidad Autónoma de Andalucía.
- Orden de 18 de septiembre de 2025, por la que se regula la evaluación, certificación, acreditación y titulación académica del alumnado que cursa enseñanzas de los grados D y E del Sistema de Formación Profesional en la Comunidad Autónoma de Andalucía.

- Resolución de 10 de septiembre de 2025 por la que se hace pública la relación de módulos optativos admitidos y sus concreciones curriculares, en el marco del procedimiento establecido para su diseño y autorización en los ciclos formativos de grado medio y superior en los centros docentes de Andalucía, para el curso 2025/2026
- Hasta el curso 2026/27 se puede dar la circunstancia de tener alumnado matriculado para cursar los módulos de FCT y PI (de la antigua normativa), siendo de aplicación la Orden de 28 de septiembre de 2011, por la que se regulan los módulos profesionales de formación en centros de trabajo y de proyecto para alumnado matriculado en centros docentes de la Comunidad Autónoma de Andalucía.

En cuanto a la **normativa relacionada con el Ciclo Formativo**:

- Real Decreto 1255/2009, de 24 de julio, por el que se establece el título de Técnico Superior en Guía, Información y Asistencia Turísticas y se fijan sus enseñanzas mínimas
- ORDEN de 13 de octubre de 2010, por la que se desarrolla el currículo correspondiente al Técnico Superior en Guía, Información y Asistencias Turísticas. Ésta ha sido la normativa en la que se basa la programación, es, por lo tanto, el punto de partida.

**Normativa complementaria:**

- D. 327/2010 de 13 de julio por el que se aprueba el reglamento orgánico de los institutos de educación secundaria (texto consolidado).

### **CAMBIOS EN EL MÓDULO A RAÍZ DEL NUEVO MARCO NORMATIVO DE FP DUAL**

Como desarrollo de la Ley Orgánica 3/2022, de 31 de marzo, de ordenación e integración de la Formación Profesional, se aprobó el Real Decreto 659/2023, de 18 de julio, por el que se desarrolla la ordenación del Sistema de Formación Profesional. Asimismo, se aprobó el Real Decreto 278/2023, de 11 de abril, por el que se establece el calendario de implantación del Sistema de Formación Profesional establecido por la Ley Orgánica 3/2022, de 31 de marzo, de ordenación e integración de la Formación Profesional. Para dar cumplimiento a lo establecido en el Real Decreto 659/2023 de 18 de julio, la implantación de este nuevo sistema se realizó durante el curso 2024 /25 para los grados D y E, teniendo en cuenta las instrucciones dictadas por la DGFP para regular la organización y al funcionamiento del curso 2024/2025 en la Comunidad Autónoma de Andalucía.

Sin embargo, estaba pendiente el desarrollo en Andalucía de esta regulación estatal de carácter básico. El decreto 147/2025, de 17 de septiembre de 2025, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas de los Grados D y E del Sistema de Formación Profesional en la Comunidad Autónoma de Andalucía surge para dar cobertura reglamentaria y concreción del Sistema a los intereses, expectativas y aspiraciones de cualificación profesional de las personas a lo largo de su vida y a las competencias demandadas por el mundo laboral en nuestra Comunidad Autónoma.

Hay que tener en cuenta, además, que la Ley 17/2007, de 10 de diciembre, de Educación de Andalucía constituye el marco normativo autonómico en el que se insertan todas las enseñanzas del Sistema Educativo de Andalucía y, entre ellas, la formación profesional, a la que dedica el Capítulo V del Título II. En ella se fundamentan las normas que han de regir el desarrollo de estas enseñanzas en la Comunidad Autónoma de Andalucía y determina, en su artículo 68.4, que **la Consejería competente en materia de educación establecerá las normas generales de la fase de formación en empresa u organismo equiparado, fomentando la autonomía de los centros docentes y la necesaria adaptación de estas enseñanzas a las características concretas del entorno socioeconómico, cultural y profesional de los mismos**. Este nivel de concreción autonómico se completa con la correspondiente Orden de 18 de septiembre de 2025 de evaluación certificación, acreditación y titulación académica del alumnado y con la Orden de 26 de septiembre de 2025, por la que se regula la FFEOE de los grados D y E del Sistema de Formación Profesional de la Comunidad Autónoma de Andalucía.

El nuevo Sistema de Formación Profesional tiene como finalidad ofrecer una preparación polivalente que capacite para desarrollar una actividad laboral en un determinado campo profesional y permita la necesaria adaptación a los cambios que se produzcan en el sistema productivo. Así, el perfil profesional

de este título, dentro del sector terciario, define un **profesional polivalente capacitado para planificar, promocionar e informar sobre marketing turístico de base territorial, guiando y asistiendo a viajeros y clientes en los mismos, así como en terminales, medios de transporte, eventos y otros destinos.**

Este profesional desarrolla su actividad tanto en entidades de carácter privado, ya sean grandes, medianas o pequeñas empresas que ofrezcan servicios turísticos como guiado, información y asistencia a grupos turísticos, como en entidades públicas, bien administraciones turísticas autonómicas o locales que ofrezcan servicios turísticos tanto en empresas de guías, organización de eventos, alojamientos, oficinas de turismo, agencias de viaje emisoras y receptoras, etc.

La impartición de esta enseñanza se realizará, en el primer curso, en modalidad dual, ya contrastada en otros países y que se caracteriza por la alternancia combinada de los procesos de enseñanza y aprendizaje en la empresa y en el centro de formación. Esto permite al alumno tener un contacto real con el entorno laboral desde el primer curso, obteniendo experiencia y competitividad profesional, y una mayor integración entre teoría y práctica, al no ser el centro docente la única fuente de conocimiento. Así el alumnado recibe orientaciones del tutor académico y del tutor de la empresa o entidad asociada, con la finalidad de efectuar tareas laborales prácticas, en las que aplicar de forma directa los conocimientos teóricos adquiridos, a su vez, en el centro educativo.

Con la FP Dual se persigue la obtención de un título de Formación Profesional, que se desarrolla en el ámbito del sistema educativo y laboral. Por ello, la formación en empresa pasa a ocupar con la nueva normativa, al menos, un 25 % del tiempo total del ciclo formativo. Esto posibilita que el alumno aumente su nivel de cualificación, tenga acceso a la realidad del sistema empresarial desde el primer curso e incremente su grado de profesionalidad y responsabilidad. Como consecuencia de todo lo anterior, se espera que disminuya el abandono escolar y se facilite el acceso al mercado laboral.

## 4. ALUMNADO Y CENTRO EDUCATIVO

El primer curso del Ciclo Formativo de Guía, información y asistencia turística del curso 2025-26, cuenta con 12 alumnos/as matriculados en el módulo profesional de *Marketing turístico*, aunque aún siguen solicitando admisión alumnos a fecha de entregar esta programación, por lo que puede que este número varíe.

Los alumnos a los que se dirige la programación son aquellos que reúnen las condiciones de acceso a un Ciclo Formativo de Grado Superior. El acceso puede ser directo, si se está en posesión del título de Bachillerato, o mediante prueba específica. Teniendo en cuenta las limitaciones de edad establecidas en la normativa vigente, los alumnos con la posibilidad de cursar este Ciclo serán aquellos que cumplan los 18 años en el año en que éste comience sin contemplar un máximo de edad permitida. Por tanto, la diversidad del alumnado puede ser amplia, tanto en edad como en formación previa, así como lugares de procedencia y el dominio de la lengua castellana. No obstante, las estadísticas y la experiencia reflejan que los alumnos de edades más bajas suelen ser los más numerosos. Tomando como referencia aquel alumno de unos 18-20 años, se podría decir que su perfil es el de aquel adolescente que está abandonando esta etapa y se está iniciando en la vida adulta. Así, los rasgos característicos de esta fase, sus necesidades, limitaciones, deseos, anhelos, inquietudes, que se deben de tener en cuenta a la hora de programar con el fin de adaptarla a los sujetos a los que se dirige y así motivar al alumno, ya que si se conocen las fuerzas que le impulsan y se ofrece lo que buscan, se puede lograr esa motivación tan deseada y necesaria. En estas edades se busca la relación con el grupo de iguales, con el otro sexo, la actividad, la participación, el dinamismo. Por tanto, las actividades en el aula deben buscar la colaboración, cooperación y contacto del alumno con ese grupo de iguales. Igualmente, la diversión es muy valorada, y eso es fundamental en el planteamiento de actividades, por eso (ya se leerá más adelante) éstas tienen que ser variadas e innovadoras (utilización de las tecnologías de la información, plataforma virtual, lecturas de temas de actualidad, noticias y de casos reales, salidas del centro, visitas de profesionales al aula...). Además, contamos con dos alumnas de origen latinoamericano y dos de origen marroquí cuyas culturas, sin duda, serán de gran utilidad para el módulo.



Como se menciona anteriormente, en el curso de 1º GIAT contamos con 12 alumnos de los cuales 2 son chicos y 10 son chicas, la mayoría entre 18-20 años, una alumna de más de 50 años y otra de 27 y varias alumnas de cultura latinoamericana. No se aprecian a la entrega de esta programación alumnos con necesidades de apoyo específico.

### EL CENTRO EDUCATIVO COMO ENTORNO

Otro de los grandes condicionantes de una programación es el contexto del centro. Con la programación se trata de concretar el currículo al centro escolar, teniendo en cuenta el contexto económico, social, cultural y geográfico, las características del propio centro (las instalaciones del mismo y los materiales de que dispone a fin de programar de acuerdo a los recursos disponibles) y las características del alumnado, ya no del que puede acceder al Ciclo, sino del que corresponde al centro en cuestión.

Ver más información de nuestro centro y su entorno en el documento: Plan Educativo de Centro / 1. Características del centro y su entorno y 1.1. Características del alumnado del centro.

### COMPOSICIÓN Y ASIGNACIÓN DE MATERIAS EN EL DEPARTAMENTO DIDÁCTICO

De acuerdo con lo dispuesto en el artículo 92.1 del Decreto 327/2010, de 13 de julio por el que se aprueba el Reglamento Orgánico de los Institutos de Educación Secundaria y el artículo 70.1 del Decreto 359/2011, de 7 de diciembre, «cada departamento de coordinación didáctica estará integrado por todo el profesorado que imparte las enseñanzas que se encomienden al mismo. El profesorado que imparta enseñanzas asignadas a más de un departamento pertenecerá a aquel en el que tenga mayor carga lectiva, garantizando, no obstante, la coordinación de este profesorado con los otros departamentos con los que esté relacionado, en razón de las enseñanzas que imparte». Tras plantear en reunión de departamento la composición del departamento y la asignación de materias que se impartirán en el presente curso escolar, y tener en cuenta las preferencias de cada profesor, la distribución de los módulos de 1er y 2º curso queda del siguiente modo:

Profesoras	Módulos asignados	Curso	Horas
<b>Noelia Gosálvez Rey</b> <b>Jefatura de</b> <b>Departamento</b>	· Destinos turísticos	1º	4
	- Sostenibilidad aplicada al S.P.	1º	1
	· Servicios de Información Turística	2º	4
	· Módulo optativo - inglés	2º	3
	· Proyectos de GIAT	2º	3
	· Tutoría DUAL	1º	2
<b>Yolanda González González</b> <b>Vicedirección</b>	· Digitalización aplicada al S.P. · Tutoría DUAL	1º	1
			1
<b>Mónica Berna Escamilla</b> <b>Profesora</b>	· Protocolo y relaciones públicas	1º	4
	· Inglés	1º	4
	· Estructura del Mercado Turístico	1º	3
	· Diseño de Productos Turísticos	2º	3
			7

<b>Noemí Zambrana Domínguez</b> <b>Profesora</b>	· Marketing Turístico	1º	5
	· Recursos Turísticos	1º	5
	· Procesos de guía y asistencia turística	1º	6
	· Proyecto Intermodular	2º	2
	· Tutoría DUAL		1

## 5. BILINGÜISMO

Durante el curso 2025-26, el módulo de MKT, se imparte en modalidad bilingüe, habiendo programado diferentes actividades que incluyen contenidos seleccionados en esta lengua, y que se consideran de especial valor para el guía e informador turístico.

Se utilizará la L2 (inglés) para reforzar el aprendizaje de estructuras lingüísticas relacionadas con el módulo (terminología de marketing, empresas y mercados, etc.) así como la realización de lecturas de prensa relacionada en inglés. Contamos además con numerosas herramientas de IAG para apoyar y reforzar el aprendizaje de la L2.

El enfoque metodológico incide en que primen los objetivos generales y específicos del módulo profesional siendo reforzados con aquellos contenidos que no supongan un hándicap para los alumnos sino una motivación para aprender.

No debemos olvidar que los idiomas, en concreto el inglés son un aspecto de la formación que puede suponer una barrera al alumnado. Siendo conscientes de ello, los profesores del proyecto bilingüe, tratamos de que el inglés sea un aspecto que haga más atractivos los módulos.

## 6. OBJETIVOS GENERALES Y COMPETENCIAS PROFESIONALES, PERSONALES Y SOCIALES

La formación del módulo contribuye a alcanzar estos **objetivos generales** del ciclo formativo:

**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.**

**q) Reconocer e identificar posibilidades de negocio analizando el mercado y estudiando la viabilidad de los proyectos para la generación de su propio empleo.**

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

**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.**

**p) Establecer y administrar una pequeña empresa, realizando un análisis básico de viabilidad de productos y servicios, de planificación y de comercialización.**

## **7. EJECUCIÓN Y ORGANIZACIÓN DE LA FORMACIÓN PROFESIONAL DUAL**

La Formación Profesional Dual se desarrolla este curso para los alumnos del 1er curso, 11 alumnos que asisten de 12 alumnos matriculados y para los alumnos del 2º curso, 5 alumnas matriculadas y asistiendo, a la redacción de este documento.

El coordinador dual junto con el profesorado que realizará el seguimiento de los alumnos determinará las asignaciones de alumnos a cada empresa. Para ello se contemplan las siguientes herramientas tales como currículum vitae o experiencia laboral, grado de corrección, educación, comportamiento y responsabilidad hacia el trabajo mostrado en su formación inicial en centro educativo, expediente académico y/o entrevista personal con representante laboral de la empresa.

Para los alumnos de primer curso, la formación inicial, se cursará en el centro educativo durante el primer y segundo trimestre, y parte del tercer trimestre, **del 15 de septiembre al 17 de abril**, con una duración de 30 jornadas/6 semanas, siendo al final de este periodo cuando se realizará la selección del alumnado para su incorporación a cada empresa. La formación en alternancia en la empresa comenzará tras finalizar este periodo, **del 20 de abril al 29 de mayo** asistiendo **5 días** a la empresa o entidad análoga, durante **6 semanas** en un total de **30 jornadas**.

De esta manera, la formación en las empresas, durante el primer curso será de 180 horas y entre los dos cursos, se computarán un total de 540 horas.

Para los alumnos de segundo curso, la formación inicial se cursará en el centro educativo durante el primer trimestre y parte del segundo trimestre, **del 15 de septiembre al 2 de febrero**, con una duración de 60 jornadas/15 semanas, siendo al final de este periodo cuando se realizará la selección del alumnado para su incorporación a cada empresa. La formación en alternancia en la empresa comenzará el 2 de febrero hasta el **22 de mayo**.

En general, **se han repartido las 2010 horas del siguiente modo:**

**1º Curso****2º Curso**

	TOTAL % de horas del ciclo			
Horas formación en el centro:	780	680	1460	73%
Horas formación en empresa	180	360	540	27%
Horas de formación complementaria:				0
Total horas:	960	1040	2000	100%

La formación en la empresa se realizará en diferentes tramos horarios, uno de mañana y otro de tarde, a razón de 6 horas, entre las 06 h. y las 22 h. Los alumnos rotarán de empresa en la organización que se determine en el plan genérico de formación en los tramos horarios determinados ya que en cada empresa se formará al alumno en los RA de los módulos asignados a cada empresa, de forma que el alumno pueda completar su formación.

## 8. UNIDADES DIDÁCTICAS

- Primer trimestre: Unidades 1 y 2 Desde el 16 de septiembre al 20 de diciembre
- Segundo trimestre: Unidades 3 y 4 Desde el 8 de enero hasta el 25 de marzo aprox.
- Tercer trimestre: Unidad 5 y 6 Desde el 7 de abril hasta el 10 de junio

Para su trabajo de una manera sistemática y ordenada, se dividen estos contenidos en tres bloques y en las siguientes unidades didácticas:

BLOQUES	UNIDADES DIDÁCTICAS	Total horas:	160 horas
<b>1er Trimestre</b>			
Unidad 1:	Introducción al marketing turístico		25
Unidad 2:	Estudio del mercado		30
	<b>Total 1er Trimestre:</b>		<b>55</b>
<b>2º Trimestre</b>			
Unidad 3:	Marketing digital y ético		20
Unidad 4:	El marketing mix		30
	<b>Total 2º Trimestre</b>		<b>50</b>
<b>3er Trimestre</b>			
Unidad 5 :	EL plan de marketing		25
Unidad 6:	El proceso de compra		30
	<b>Total 3er Trimestre:</b>		<b>55</b>
	<b>TOTAL HORAS:</b>		<b>160</b>

A continuación, se presentan las unidades didácticas, Resultados de Aprendizaje, temporalización por trimestres y horas de formación en el centro y en la empresa.

**Tabla de unidades, resultados de aprendizaje, horas en el centro y empresa**

RESULTADOS DE APRENDIZAJE	IES	FFE OE
<b>RA 1. Caracteriza el marketing turístico reconociendo los elementos básicos que lo componen.</b>	25	0
a) Se ha analizado el concepto de marketing y sus elementos fundamentales.	X	
b) Se han diferenciado las etapas y la evolución del marketing.	X	
c) Se ha valorado la importancia de los distintos instrumentos del marketing.	X	
d) Se han definido los factores y criterios eficaces para orientar al marketing hacia el consumidor.	X	
e) Se han analizado las tendencias del marketing en Turismo.	X	
f) Se ha justificado la importancia del marketing en el sector turístico.	X	
g) Se han diferenciado las peculiaridades del marketing de servicios en general y las propias del marketing turístico.	X	
h) Se han descrito los conceptos, definiciones e instrumentos básicos del marketing turístico.	X	
i) han comparado las diferentes estructuras y enfoques de dirección de marketing.	X	
j) Se ha identificado la necesidad del marketing en la función comercial de la empresa turística.	X	
<b>RA 2. Interpreta la segmentación del mercado y el posicionamiento del producto-servicio reconociendo datos cuantitativos y cualitativos.</b>	30	0
a) Se ha conceptualizado y clasificado la segmentación del mercado	X	
b) Se han analizado las variables de segmentación más empleadas en el sector turístico.	X	
c) Se han definido los requisitos para una segmentación efectiva.	X	
d) Se ha reconocido la importancia de la segmentación para el diseño de la estrategia comercial de las empresas turísticas.	X	
e) Se han identificado y valorado los diferentes segmentos de mercado y su atractivo en función del producto-servicio.	X	
f) Se han definido estrategias de cobertura de segmentos de mercado.	X	
g) Se han identificado los instrumentos comerciales y su compatibilidad con el posicionamiento del producto en el mercado.	X	
h) Se han valorado los instrumentos de los diferentes segmentos de mercado.	X	
<b>RA3: Identifica los elementos del marketing mix reconociendo su aplicación en el sector turístico.</b>	30	0

3.a) Se han identificado los elementos del marketing-mix.	X	
3.b) Se han identificado las etapas del ciclo de vida de un producto y su relación con la toma de decisiones estratégicas.	X	
3.c) Se han analizado los elementos y niveles del producto, así como la aplicación de un sistema de «servucción».	X	
3.d) Se han caracterizado las distintas políticas de marcas en el sector turístico y se ha valorado la importancia de diferenciar el producto.	X	
3.e) Se ha valorado la importancia del precio y sus condicionantes como instrumento comercial en las empresas turísticas.	X	
3.f) Se han calculado los precios mediante la fijación de métodos de precios idóneos para el sector turístico.	X	
3.g) Se han identificado los canales de distribución/ comercialización directa e indirecta en el sector turístico.	X	
3.h) Se ha reconocido la importancia de los sistemas de distribución global y su impacto en la industria turística.	X	
3.i) Se ha reconocido la importancia de la publicidad, las RR.PP., promoción de ventas y merchandising en el sector turístico.	X	
3.j) Se ha valorado la función de las ferias turísticas y otros encuentros profesionales como instrumentos de marketing estableciendo la diferencia con otras estrategias promocionales.	X	
<b>RA4: Aplica las nuevas tecnologías en el marketing turístico analizando sus aplicaciones y oportunidades en el desarrollo de políticas de dicho marketing.</b>	<b>10</b>	<b>10</b>
4.a) Se han caracterizado las nuevas tecnologías y su utilización.	x	
4.b) Se han identificado las aplicaciones de las nuevas tecnologías en marketing.	x	
4.c) Se ha valorado la utilización de la Red para comercializar productos-servicios turísticos.	x	
4.d) Se han utilizado las aplicaciones ofimáticas de base de datos.		x
4.e) Se ha valorado la importancia de la legislación sobre la protección de datos.		x
4.f) Se ha reconocido la aplicación de una base de datos para la investigación comercial y para crear una ventaja competitiva.		x
4.g) Se han determinado los factores que influyen en el marketing directo.		x
4.h) Se ha establecido las pautas para el desarrollo de una estrategia de marketing directo combinado.		x
<b>RA5: Caracteriza el plan de marketing relacionándolo con los diversos tipos de empresa y productos-servicios.</b>	<b>25</b>	<b>0</b>
5.a) Se ha conceptualizado la planificación comercial estratégica en las empresas turísticas.	X	
5.b) Se han descrito los elementos básicos que conforman el plan de marketing.	X	

5.c) Se ha valorado la importancia de un plan de marketing en una empresa turística.	X	
5.d) Se ha realizado el análisis de otros planes empresariales e institucionales relacionados con el plan de marketing.	X	
5.e) Se han identificado los principales factores del entorno con incidencia en el plan de marketing.	X	
5.f) Se ha analizado la competencia y el potencial de mercado.	X	
5.g) Se han definido los recursos necesarios para establecer las estrategias propuestas y para la consecución de los objetivos del plan de marketing.	X	
5.i) Se ha realizado el control de cumplimiento y calidad del plan de marketing con las técnicas adquiridas.	X	
5.j) Se han valorado las implicaciones ambientales de la implementación de un plan de marketing propuesto.	X	
5.k) Se ha realizado la presentación del plan de marketing con las pautas establecidas y ante los responsables implicados.	X	
<b>RA6: Reconoce el proceso de decisión de compra de los consumidores analizando sus motivaciones y necesidades.</b>	<b>0</b>	<b>20</b>
6.a) Se ha valorado la importancia del estudio del comportamiento del consumidor turístico.		x
6.b) Se han identificado las necesidades y motivaciones de los consumidores de productos-servicios turísticos.		x
6.c) Se han identificado las fases del proceso de decisión de compra en el consumidor. Se han caracterizado los agentes implicados en el proceso de decisión de compra.		x
6.d) Se han caracterizado los agentes implicados en el proceso de decisión de compra.		x
6.e) Se ha analizado el impacto psicosocial del marketing, la publicidad y las relaciones públicas y su incidencia en el proceso de compra.		x
6.f) Se han caracterizado los puntos clave en el proceso de postcompra y oportunidades de fidelización.		x
6.g) Se han descrito y valorado la percepción y satisfacción de los consumidores mediante los procesos de control de calidad.		x
<b>RA7: Caracteriza los criterios del «consumerismo» relacionándolos con sociedad, marketing y ética</b>	<b>10</b>	<b>0</b>
7.a) Se han analizado los conceptos de Economía y actividad económica.	X	
7.b) Se han caracterizado las peculiaridades de las economías de mercado y sus críticas.	X	
7.c) Se han identificado el origen del consumerismo, así como su evolución en España.	X	
7.d) Se han realizado estudios para analizar la reacción de las empresas ante esta situación.	X	
7.e) Se ha determinado la respuesta de las empresas y de la sociedad y se establecen unos principios éticos.	X	

7.f) Se ha identificado la normativa que protege al consumidor en la U.E. y en España.	X	
7.g) Se han analizado los derechos y deberes de los consumidores	X	
TOTAL	130	30
	160	

## 9. METODOLOGÍA

La metodología que se va a llevar a cabo en el aula es el resultado de la evolución de los diferentes enfoques metodológicos anteriores a la pandemia incorporando los cambios producidos a raíz de esta. Es una metodología que pretende ser **activa, participativa y creativa**, basada en el autoaprendizaje, el trabajo en equipo y el aprendizaje colaborativo guiado por el profesorado. Además, apoyada en entornos digitales y audiovisuales que puedan completarla y enriquecerla. Esta metodología se apoya en la utilización de la plataforma virtual Moodle Centros en la que los alumnos tienen a su disposición todos los materiales necesarios para seguir el curso. Además, se han preparado paralelamente explicación de contenidos en clase, a través de vídeos realizados de las clases. Asimismo, en la realización de proyectos y productos finales para la comprobación de adquisición y dominio de conocimientos. Habilidades y competencias. Dichas producciones finales como resultado de metodologías ABP o ABR, ideales y referidas por el RD 659/2023 para la formación profesional, serán diseñadas para cada RA y en ellos se combinarán todas las competencias que den lugar al alcance de los objetivos didácticos, propuestos para cada RA y que proviene de sus CE insertos en la Orden que regula el ciclo .

Partiendo de las **orientaciones pedagógicas y las líneas de actuación** en el proceso de enseñanza aprendizaje que permiten alcanzar los objetivos del módulo, se expondrán a continuación las bases metodológicas que fundamentan esta programación.

### 9. 1 Orientaciones pedagógicas.

Este módulo profesional tiene como finalidad la adquisición de competencias básicas e iniciales en el ámbito profesional turístico de temas de introducción y aplicación de conceptos y criterios específicos del marketing. Se desarrollan en él aspectos relacionados con los modelos básicos de marketing y las técnicas más empleadas en turismo desde una óptica científica y mostrándolos en su aplicación real y práctica.

Las actividades profesionales asociadas a esta función se aplican en:

- Los planes de marketing.
- Tareas de comercialización y comunicación de los productos.

**9.2 Líneas de actuación.** Las líneas de actuación en el proceso enseñanza-aprendizaje que permiten alcanzar los **objetivos del módulo** versarán sobre:

- Caracterizar el marketing turístico y sus elementos fundamentales
- Descripción, variedades, características de los distintos vocablos del marketing y diferenciación de conceptos.



- La descripción, acopio de documentación necesaria, aplicación de fases, entre otras, para elaborar un folleto.
- Las fases necesarias y las pautas a seguir para elaborar un plan de marketing y para presentarlo.
- La aplicación de las nuevas fórmulas de marketing adaptadas a las tendencias más actuales.
- La utilización de una metodología activa y motivadora que implique la participación del alumno como agente activo del proceso de enseñanza-aprendizaje.
- La utilización en el aula de recursos bibliográficos, audiovisuales y TIC.

Para la consecución de los objetivos marcados, adoptaré una metodología que abarque los **distintos tipos de aprendizaje** que demanda el sector *turístico (saber, saber hacer y saber ser/estar)*, adaptándola a cada uno de ellos.

- **Saber (Conocimientos):** por medio de la exposición de contenidos en el aula con herramientas y recursos de apoyo. También durante la exposición de trabajos y actividades del alumnado y durante la búsqueda de información por su parte para realizar las tareas o actividades propuestas.
  - **Saber hacer (Procedimientos):** exposiciones orales, demostraciones prácticas, resolución de problemas o casos prácticos, análisis de resultados, confección de diagramas, esquemas, resúmenes, tablas, etc.
  - **Saber ser/estar (Actitudes):** Trabajo específico en aspectos relacionados con actitudes profesionales (gestión del tiempo, entrega, uso de nuevas tecnologías...), personales (autonomía, iniciativa, optimismo...).

**9. 3 Principios Metodológicos** Las bases metodológicas de mi trabajo en el aula se fundamenta, en la búsqueda de una metodología:

**Significativa** – Partiendo de la experiencia previa del alumnado y a través de actividades relacionadas con la vida real ir construyendo su aprendizaje de forma significativa.

**Activa** – A través de un enfoque por proyectos y retos, el propio alumno/a, a través de un proceso de análisis, búsqueda y reflexión individual y en grupo irá descubriendo una parte importante de los contenidos de la materia. Partiendo de sus conocimientos previos se le irá introduciendo en los nuevos contenidos y aprendizajes. (**Enfoque *Learning by doing***)

**Abierta** - Es importante crear en el aula un clima de apertura y de confianza en el que se favorezca la libre expresión y la participación de forma que éste se acerque a la materia construyendo el conocimiento en común. Se utilizará el debate y la reflexión en clase para conseguir que el alumno desarrolle sus propios criterios y sea capaz de expresarlos.

**Motivadora** - Con los recursos y medios disponibles, buscaré presentar los contenidos de una forma significativa, atractiva y que se acerque en todo lo posible a la **realidad del mundo empresarial y laboral**. Al tratarse de un módulo en el que la comunicación con el cliente es importante y constante, se utilizará un **enfoque comunicativo y dinámico** a través de dramatizaciones (Role-play) de situaciones reales en el departamento, poniendo en contexto lo aprendido por el alumno o alumna.

Los aspectos metodológicos adoptados, tratan, en definitiva, de **que el alumno/a adquiera seguridad y confianza en sí mismo**, lo que le permitirá, entre otras cosas, tomar decisiones y asumir responsabilidades, así como adquirir hábitos y predisposición hacia el diálogo, respeto por las opiniones de otras personas, trabajo en equipo, etc.

Para conseguir estos objetivos, la docente desarrollará exposiciones (método dialéctico), utilizando la pregunta como elemento dinamizador para conducir al grupo hacia el debate. Presentará material didáctico relacionado con el sector turístico (noticias de prensa especializada, acciones de empresas, etc), se hará uso de las TICs (Tecnologías de la Información y la Comunicación), talleres / charlas

profesionales, dramatización de situaciones reales, uso de material auténtico (REALIA) y adaptado cuando no sea posible, etc.

**Socializadora/Trabajo en equipo-** Dada la importancia de desarrollar las capacidades de **trabajo en equipo**, poniendo de relieve los valores educativos y sociales fundamentales, además de estimular la participación y desarrollar la motivación.

CBL - *Competence-based learning* o Aprendizaje basado en competencias que implica que el aprendizaje se basa en lo que los estudiantes demuestran que pueden hacer en cuanto a objetivos de aprendizaje específicos (resultados de aprendizajes). Significa aplicar aspectos conceptuales y teóricos a situaciones próximas a la realidad productiva para conseguir aprendizajes funcionales con una orientación y sentido profesional.

La docente actuará como guía del aprendizaje, teniendo la responsabilidad de desarrollar las estrategias expositivas necesarias, al principio de cada tema, que sirvan para definir los conceptos fundamentales, dar las pautas de actuación durante el proceso de aprendizaje y estimular y orientar el trabajo posterior del alumno. Propondrá y supervisará las actividades que los alumnos deberán desarrollar en trabajos, ejercicios y supuestos, quedando abierta la posibilidad a que los alumnos aporten material, información y conocimientos relacionados con los temas a tratar.

Asimismo, se promoverá la utilización de **técnicas dinamizadoras** como el trabajo en equipo con coordinador, dramatizaciones o juego de rol, dinámicas de grupo (lluvia de ideas, Philip 66, etc.), con el objetivo de desarrollar habilidades sociales y comunicativas, relaciones humanas más ricas, y la capacidad de adaptación a diferentes formas de trabajar.

Importante, además, es el tratamiento transversal de las denominadas SOFT SKILLS o habilidades personales y sociales. Se trata de desarrollar una serie de competencias importantes para el sector turístico y para la empleabilidad como el trabajo en equipo, toma de decisiones, técnicas de comunicación, gestión del tiempo y programación de actividades, gestión de conflictos y situaciones nuevas.

#### 9. 4 Actividades y Tareas

Las actividades son un eje fundamental en la construcción de cada unidad de trabajo. Para su planificación, se seguirá las bases y líneas metodológicas explicadas en el apartado de metodología. A modo de resumen, es muy importante que las actividades permitan al alumno la indagación, el descubrimiento y la construcción de su propio conocimiento. Las actividades, además, se adecuarán a los contenidos, los criterios de evaluación, los objetivos didácticos y, por ende, a los RA. Se definirán, por tanto, para cada unidad de trabajo incluyéndolas en la **Programación de Aula**.

Para la fase de formación en empresas u organismos equiparados, en el módulo de marketing y para alcanzar los RA y CE especificados en el apartado anterior, las tareas a acometer en la empresa serán las siguientes:

	RA 4	
MARKETING	Usar la base de datos de la empresa y entiende su importancia para investigación comercial	Valorar la importancia de estudiar al consumidor para la empresa. Identifica si los productos o servicios cubren necesidades de distintos perfiles de clientes. Identifica y distingue, dentro del proceso de compra de los diferentes clientes, que diferentes elementos y personas/dptos están implicados o intervienen. Impacto del marketing que tiene la empresa y sugerencias que podamos aportarles. Controla la calidad del servicio en la empresa usando alguna herramienta para ello (si no la hay, crearla).
	Comprender en qué consiste y aspectos fundamentales respetar, sobre la normativa de protección de datos en la empresa	
	Realizar tareas de marketing directo (emails, llamadas, etc) distinguiendo algunas online y offline	

### 9. 5 ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS Y EXTRAESCOLARES

Este tipo de actividades son parte integrante y fundamental de la metodología que se aplica en todos los módulos del ciclo por su carácter práctico y de aplicación de los saberes que se van adquiriendo. Tienen un papel estratégico en todo el proceso de E-A. Tradicionalmente hemos realizado actividades relacionadas con el perfil profesional del alumno y el sector productivo en el que se van a desenvolver que enriquecen su aprendizaje como visitas a empresas del sector, ferias y encuentros profesionales, visitas a destinos turísticos importantes, recursos, infraestructura turística, etc. con el fin de afianzar los conocimientos teóricos del alumnado.

En todo caso se fomentará que el alumnado participe en la realización de las actividades programadas por el departamento, por el complemento fundamental que significan para el alumnado.

Ver Anexo: [Ficha de actividades complementarias y extraescolares.](#)

### 9. 6 AGRUPAMIENTOS

La forma de estructurar al alumnado en el aula contribuye de forma determinante a crear una determinada **dinámica grupal** que va permitir a los alumnos y alumnas que convivan, trabajen y se relacionen de forma colectiva y personal. Optar **por tipos de agrupamiento distintos** ayuda a **motivar y dinamizar** el trabajo diario y a obtener diferentes tipos de resultados (trabajo individual, en equipo, competitivo, cooperativo, etc.). Cada tipo de agrupamiento conlleva unas ventajas e inconvenientes que analizar y unos objetivos diferentes que planificar.

Para cada actividad se especificará el tipo de agrupamiento elegido (**individual - IND, en pareja - PAR, grupo – GRU o gran grupo - GGRUP**)

### 9. 7 ORGANIZACIÓN ESPACIAL Y TEMPORAL

La forma en que utilizamos el espacio y el tiempo influyen de una forma determinante en la intervención pedagógica, a pesar de que en muchas ocasiones no se les da la importancia que realmente tienen.

#### A. Espacios:

El espacio donde se lleva a cabo esta programación se sitúa en un edificio de reciente construcción, el edificio Norte, en el que disponemos dos aulas (una para primero y otra para segundo curso) separadas por un panel separador que permite convertir las dos aulas en un aula grande en la que realizar actividades especiales que requieren el uso flexible del espacio. Los nuevos espacios facilitan un proceso de enseñanza-aprendizaje dinámico, motivador y activo para este nivel educativo. Se espera en breve la conexión a internet en red para el uso de ordenadores en clase y la llegada de una pizarra digital para el aula de 2º. En general, el centro presenta problemas de capacidad física con un equipamiento limitado e incluso obsoleto, sin cafetería ni salón de actos, una **sala de estudio** de uso común junto a la **biblioteca** y **espacios al aire libre**.

#### Espacios y equipamientos mínimos establecidos en la orden 13 de octubre de 2010

Si bien estos son los espacios y equipamientos mínimos establecidos en la normativa, estamos a la espera de poder contar con ordenadores en red para el alumnado una vez que contemos con conexión a internet en el edificio nuevo o edificio Norte. Resaltar que los equipos informáticos necesitan una actualización importante ya que llevan varios años sin renovarse, lo que condiciona la calidad del proceso de E-A en momentos en los que las tecnologías de la comunicación son esenciales.

ANEXO IV  
ESPACIOS Y EQUIPAMIENTOS MÍNIMOS

Espacios:

Espacio formativo	Superficie m <sup>2</sup> 30 alumnos	Superficie m <sup>2</sup> 20 alumnos
-Aula polivalente	60	40
-Aula de agencias/información turística	90	60

#### Equipamientos:

Espacio formativo	Equipamiento
- Aula polivalente	- Ordenadores instalados en red, impresora de alta velocidad, cañón de proyección/pantalla, Internet. - Pizarra Blanca. - Mesa de profesor - Armario archivador - Fichero archivador - Maletín altavoz. - Medios audiovisuales (TV, DVD, VIDEO, Reproductores CD, etc.).
- Aula de agencias/información turística	- Mobiliario de recepción (mostrador, sillas de oficina, mesas, archivadores, etc.). - Fotocopiadora. - Ordenador. - Ordenador portátil. - Impresora - Teléfono / fax. - Señalizadores. - Punteros láser. - Sistema de guía y traducción. - Mapas físicos/políticos. Murales. Andalucía, España, Europa, mundo. - Cámara fotográfica digital. - Cámara de video digital.

#### B. Tiempo:

Es otro factor fundamental a la hora de estructurar una programación. La temporalización debe ser abordada desde la **flexibilidad**. Disponemos de una elevada carga horaria que organizar para que UD y actividades planificadas permitan el aprendizaje profundo. La distribución temporal debe tener en cuenta:

- Los RA, CE, objetivos didácticos y contenidos de la UD.
- La motivación del alumno.
- La distribución de los trimestres en el calendario escolar del año académico.
- Las sesiones de evaluación.
- El tipo de actividad (de inicio, desarrollo, síntesis, etc...).

Es importante al final de cada intervención docente y cada UD, evaluar el uso que se ha hecho del tiempo y si hay que ajustar la temporalización. **Ver el apartado de Temporalización.**

#### 9. 8 MATERIALES Y RECURSOS DIDÁCTICOS:

Para el desarrollo de los contenidos de este módulo profesional se hará uso de los siguientes materiales y recursos didácticos:

##### Materiales didácticos:

- Plataforma Moodle Centros.
- Temas elaborados por la docente, con contenidos básicos.
- Bibliografía variada de aula.

- Artículos de prensa especializada, páginas de internet, etc.
- Material audiovisual (PowerPoint, vídeos).
- Programas de ofimática y canva.
- Plataforma virtual: Moodle
- Ordenadores.
- Legislación específica.
- Diccionarios (en texto, online): [www.rae.es](http://www.rae.es); [www.wordreference.com](http://www.wordreference.com)
- Material de papelería (rotuladores, mapas, etc... )

Para el trabajo diario en clase, se recomienda traer a los alumnos:

- Tablet / Ordenador portátil
- Libreta o folios tamaño A-4 (adaptar a portfolio de actividades)
- Bolígrafos / Lápiz / Rotuladores/ Lápices de color
- Goma de borrar o corrector.

#### Recursos didácticos:

- Físicos: Aulas de clase, biblioteca y sala de estudio, jardín del instituto.
- Humanos: Además del profesor y alumnos, asesores, ponentes, tutores laborales, orientadores de empresas del sector, asociaciones u otras instituciones.

## 10. EVALUACIÓN

En la FP Superior en Andalucía, la evaluación de los aprendizajes se enfoca a la adquisición de competencias profesionales y para la empleabilidad necesarias para el mundo laboral. Este **proceso es continuo y formativo**, y busca ofrecer una retroalimentación constante que facilite la mejora continua del alumno. La normativa vigente establece criterios claros para evaluar de manera objetiva y justa, asegurando que todos los estudiantes tengan las mismas oportunidades de demostrar sus conocimientos y habilidades. Además, se considera importante la **participación del alumnado en su propio proceso de aprendizaje**, promoviendo la autoevaluación y la responsabilidad individual.

La evaluación de los aprendizajes es un proceso regulado por la *Orden de 18 de septiembre de 2025, por la que se regula la evaluación, certificación, acreditación y titulación académica del alumnado que cursa enseñanzas de los grados D y E del Sistema de Formación Profesional en la Comunidad Autónoma de Andalucía*. En dicha orden se establece que la evaluación será **objetiva, continua, formativa e integradora de las competencias** adquiridas en el centro y en la empresa u organismo equiparado, respetando el carácter práctico de la formación. Además, debe permitir verificar **adquisición de las competencias profesionales y para la empleabilidad**, tomando como referencia los resultados de aprendizaje y los criterios de evaluación garantizando, que el esfuerzo, el rendimiento y la adquisición de los aprendizajes sean valorados y reconocidos con objetividad. Deberá realizarse por ámbitos, módulos profesionales y proyecto, teniendo en cuenta la globalidad del ciclo, así como las necesidades de adaptación metodológica, temporal y de recursos de las personas con necesidades específicas de apoyo educativo o formativo. Se adaptará a las diferentes metodologías de aprendizaje, y deberá basarse en la comprobación de los resultados de aprendizaje en las condiciones de calidad establecidas en el currículo.

Se promoverá el uso generalizado de instrumentos de evaluación variados, flexibles y adaptados a las distintas situaciones de aprendizaje que permitan la valoración objetiva de todas las personas en formación, y que garanticen su adaptación a las personas con necesidad específica de apoyo.

**La evaluación se llevará a cabo teniendo como referencia los objetivos, expresados en resultados de aprendizaje, y los criterios de evaluación.** Las decisiones de evaluación final se adoptarán de manera colegiada en función del grado de adquisición de las competencias correspondientes al ciclo formativo.

Es función y objetivo de nuestro Sistema de Formación Profesional establecer programas formativos que tengan en cuenta la edad, el sexo, la discapacidad en su caso, y la situación personal, familiar o laboral del alumnado de forma que se permitan conseguir los resultados de aprendizaje y competencias profesionales

Por otro lado, en la nueva normativa andaluza de evaluación se recupera el % de aplicación para la pérdida del derecho a evaluación continua del alumnado. Capítulo V, Art.27.5 Decreto 147/2025 de 18 de septiembre y Art. 2.4 Orden de 18 de septiembre de 2025. “En virtud de lo establecido del artículo 27.5 (...)147/2025, de 17 de septiembre, en la modalidad presencial (...) **la evaluación continua de los aprendizajes requerirá la asistencia regular y obligatoria**, tanto en el centro docente como en la fase de formación en empresa u organismo equiparado, **de al menos el 80 por ciento de la duración total del módulo**, ámbito o proyecto, a partir de la fecha en la que el alumnado se haya matriculado” Por tanto, **el alumno o alumna que acumule más de un 20% de faltas de asistencia sin justificar puede perder el derecho a evaluación continua.**

La pérdida de la evaluación continua deberá ser notificada al alumnado o sus representantes legales en caso de ser menores de edad. Art. 2.3 Orden 18 de septiembre de 2025: “La pérdida del derecho a la evaluación continua, así como sus consecuencias, deberá notificarse al alumnado afectado en el momento en el que se produzca la pérdida del derecho, a través de medios que garanticen su constancia, conforme a lo establecido en los artículos 40 a 46 de la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas, utilizando para ello el modelo establecido en el Anexo I de la presente orden. Dicha notificación deberá efectuarse por el profesorado que ejerza la tutoría, con el visto bueno de la persona titular de la dirección del centro. En caso del alumnado menor de edad, la notificación se realizará a sus representantes legales”

### ¿Qué ocurre con el alumnado que pierde el derecho evaluación continua?

El alumnado que pierde la evaluación continua no pierde el derecho de asistencia a clase (aspecto muy importante este, sobre todo para los menores de edad). La Orden de 18 de septiembre de evaluación en su Art. 2.5 establece: “En caso de pérdida de derecho de evaluación continua en uno o varios módulos, el alumnado tendrá derecho a la realización de las pruebas objetivas que el equipo docente responsable considere oportunas, conforme a los criterios de evaluación que estén asociados a los resultados de aprendizaje no superados, a lo incluido en la correspondiente programación didáctica y en el proyecto educativo del centro”

Por último tener en cuenta que atendiendo al art. 35 del Real Decreto 732/1995 "de los deberes de los alumnos" se concretan las siguientes obligaciones:

- **Asistir a clase con puntualidad y participar en las actividades orientadas al desarrollo de los planes de estudio.**
- **Cumplir y respetar los horarios aprobados para el desarrollo de las actividades del centro.**
- **Seguir las orientaciones del profesorado respecto de su aprendizaje y mostrarle el debido respeto y consideración.**
- **Respetar el ejercicio del derecho al estudio de sus compañeros.**

### 10.1. QUÉ SE VA A EVALUAR

Con la planificación de las unidades didácticas buscamos el desarrollo profesional de nuestro alumnado para lo cual hemos de seguir su evolución para comprobar que el proceso va siguiendo la dirección adecuada, en concreto, **alcanzar cada uno de los resultados de aprendizaje** planteados para cada módulo y los criterios de evaluación de referencia.

Los **resultados de aprendizaje** son enunciados acerca *de lo que se espera que el estudiante sea capaz de hacer* como resultado de una actividad de aprendizaje.

En esto consiste la evaluación continua, en el **seguimiento de estos resultados de aprendizaje** que hemos concretados en objetivos didácticos, para determinar en cualquier momento del proceso en qué

medida se van alcanzando, contrastando la validez de los métodos y procedimientos empleados, de esta forma, se podrán introducir las modificaciones que se consideren necesarias en la metodología y las estrategias utilizadas para que el alumno en todo momento conozca su evolución en qué situación del proceso se encuentra el alumno/a

Para ello contamos con **criterios de evaluación** específicos para cada uno de los resultados de aprendizaje, explicitados en el decreto que desarrolla el currículo del módulo, y que sirven de guía para medir el nivel de consecución de cada alumno y alumna.

Los **criterios de evaluación nos indican el grado de concreción aceptable de cada RA, convirtiéndose en mínimos exigibles al alumnado y que permiten comprobar su nivel de adquisición.** A través de ellos verificamos si se han alcanzado los OD y las Competencia general del módulo

Para este módulo, encontramos **7 resultados de aprendizaje** con su calificación ponderada. que se van a desarrollar a través de 6 UD. A saber:

Unidad de Trabajo	RA (resultados de aprendizaje)	CE	Ponderación	Espacio
<b>UD 1: Introducción al marketing turístico</b>	<b>RA 1.</b> Caracteriza el marketing turístico reconociendo los elementos básicos que lo componen.	10 CE a 1%	10%	<b>Centro</b>
<b>UD 2: El mercado</b>	<b>RA 2.</b> Interpreta la segmentación del mercado y el posicionamiento del producto-servicio reconociendo datos cuantitativos y cualitativos.	8 CE a 1,25%	10%	
<b>UD 3: La cara ética del marketing</b>	<b>RA 4.</b> Aplica las nuevas tecnologías en el marketing turístico, analizando sus aplicaciones y oportunidades en el desarrollo de políticas de dicho marketing. <b>RA 7.</b> Caracteriza los criterios del «consumerismo» relacionándolos con sociedad, marketing y ética.	RA 4 7,50% (3 CE a 2,5% cada uno, resto en FFEOE) + 10% RA 7 (7 CE a 1,42%)	17,50%	<b>Centro</b>
<b>UD 4: EL mix de marketing</b>	<b>RA 3:</b> Identifica los elementos del Marketing-Mix, reconociendo su aplicación en el sector turístico.	10 CE a 1,5%	15%	
<b>UD 5: el plan de marketing</b>	<b>RA 5.</b> Caracteriza el plan de marketing relacionándolo con los diversos tipos de empresa y productos-servicios.	10 CE a 1,5% + 5% CE k	20%	<b>Centro</b>
<b>UD 6: El proceso de decisión de compra</b>	<b>RA 6.</b> Reconoce el proceso de decisión de compra de los consumidores analizando sus motivaciones y necesidades. <b>RA 4.</b> Aplica las nuevas tecnologías en el marketing turístico, analizando sus aplicaciones y oportunidades en el desarrollo de políticas de dicho marketing.	RA 6: 15% (7 CE a 2.14%) + RA 4 12.5% (5 CE a 2.5%)	27,50%	<b>Empresa</b>
<b>TOTAL</b>			<b>100%</b>	



## 10.2 CÓMO SE EVALUARÁ AL ALUMNADO

### A. Técnicas e instrumentos de evaluación en el Centro

Para evaluar, necesitamos contar con **técnicas e instrumentos variados** que nos ayuden a recoger la información necesaria para determinar el grado de conocimiento del que parte el alumnado, así como su grado de adquisición de los aprendizajes planificados.

Teniendo en cuenta los criterios de evaluación que la normativa vigente establece para cada resultado de aprendizaje, debemos **seleccionar las herramientas, los procedimientos y situaciones** más adecuados a los distintos objetivos y tipo de contenido que se deben evaluar.

Las que he considerado más efectivas en mi práctica docente son:

- Recogida de **producciones finales** grupales
  - Escalas de valoración de producciones finales
  - Rúbricas de evaluación.
  - Check list de trabajo grupal
- La **observación directa** de los alumnos dentro y fuera del aula para aquellos alumnos que asisten de forma regular.
  - Check list de observación de clase.
  - Diario de la docente
  - Cuaderno de la docente
- La **observación indirecta** a través de sus trabajos individuales y de grupo.

#### Herramientas:

- Hoja de observación de clase.
- Ficha del alumno.

Se detectan con estas hojas competencias para la empleabilidad, que reflejan aspectos actitudinales y procedimentales del perfil profesional. Al compartirlas con el alumno, sirve de motivación y retroalimentación ya que puede analizar sus dificultades y progresos.
- Hoja de valoración del tutor laboral en la FFEOE.
- Cuaderno del alumno/a para la FFEOE. Ver anexo
- **Tareas y actividades de clase**, tanto las recogidas en la plataforma virtual Moodle Centros como aquellas que se realicen en el aula con el alumno/o y en las distintas actividades complementarias, teniendo especial relevancia los proyectos, retos y presentaciones en público, así como la actuación del alumno en las visitas guiadas que preparan en las salidas del centro.
- **Recogida entradas en e-portfolios individuales de aprendizaje.** Completarán el proceso de aprendizaje del alumnado arrojando el grado de consecución de los objetivos didácticos de forma individual.
  - Rúbricas
  - Fichas de Coevaluación y autoevaluación
- **Entrevistas / acción tutorial**, pueden ser formales o informales y nos ayudan a conocer aspectos del alumno que pueden no surgir con las anteriores herramientas: intereses, motivaciones, opiniones, entorno social y familiar, causas de sus comportamientos, autoestima, relaciones; aspectos que influyen de forma importante en su aprendizaje, y que en caso de no tener en cuenta pueden llevar al fracaso del alumno o alumna durante el curso escolar.



- **Hojas de reflexión y autoevaluación:** Hoja de evaluación de la programación (docente), hoja de evaluación de la intervención docente (docente), hoja de evaluación del trabajo en equipo (alumno/a).

### **B. Evaluación de la fase de formación en la empresa**

Atendiendo al Decreto 147/2025, de 17 de septiembre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas de los grados D y E del SFP de la CA de Andalucía, se dispone que la fase de formación en empresa u organismo equiparado **carece de currículo propio y diferenciado y contribuye al desarrollo de parte de los resultados de aprendizaje contemplados** en cada módulo, así como de las competencias previstas en las enseñanzas de los grados D.

La regulación destaca la necesidad de dotar a esta fase formativa de la flexibilidad necesaria para su **adaptación a las características específicas** de nuestra familia profesional y a la diversidad de situaciones que presenta el tejido productivo andaluz, así como **adaptarse a las peculiaridades, características y diversidad del alumnado participante**. Posibilitando una formación versátil en consonancia con las demandas sociales, económicas y laborales en el marco del aprendizaje a lo largo de la vida.

El módulo de Marketing turístico participa en la FFEOE y se incluyen en el apartado 8.1 tabla resumen de los RA y CE asociados. Las actividades formativas que se desarrollarán en el centro educativo y en la empresa o entidad quedan recogidas en el programa formativo inicial 25-26.

Por otro lado, en el artículo 16 de la orden de evaluación de 18 de septiembre de 2025 se establece que:

- El tutor docente dual será responsable del seguimiento de los RA que se desarrollen tanto en el centro docente como durante la FFEOE así como de recoger la valoración cualitativa realizada por el tutor de empresa.
- el **tutor de la empresa** colaborará en la evaluación de los RA trabajados conjuntamente con el centro y se reflejará en una valoración cualitativa conforme el Anexo XIV de la orden de evaluación, en el que valorarán cada resultado de aprendizaje en los términos de «Superado» o «No superado». Cuando la valoración sea «No superado», se motivará expresamente el sentido de tal decisión.
- El **profesor responsable del módulo**, teniendo en cuenta esa valoración, ajustará la evaluación y posterior calificación de los RA. En el caso del módulo de Marketing turístico, la valoración de superado y no superado se ajustará a la siguiente escala

1. No sabe hacerlo	equivale a una puntuación igual o menor a 4 puntos
2. Sabe hacerlo con ayuda	equivale a una puntuación igual a 5 o 6 puntos
3. Sabe hacerlo de manera autónoma	equivale a una puntuación igual a 7 u 8 puntos
4. Sabe hacerlo de manera autónoma y es capaz de enseñar a otros.	equivale a una puntuación igual a 9 o 10 puntos

El alumnado que, por causas debidamente justificadas, no pueda asistir a la FFEOE y deba permanecer en el centro docente recibirá docencia presencial.

### **10.2 EVALUACIÓN EL PROCESO DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE**

Es necesario que no sólo evaluemos el proceso de aprendizaje del alumno, sino que también debemos evaluar cómo hemos realizado nuestra labor los docentes en el correspondiente módulo. Para ello, y para esta programación, se ha diseñado un sistema en el que se trata de conocer si el proceso se ha realizado correctamente. Así, al inicio del 2º y 3er trimestre y en la evaluación final, se pasará una **encuesta al alumnado sobre estas cuestiones**, en el que se pregunte al alumno su opinión sobre los temas tratados (metodología, calificaciones, actividades, recursos, etc.). Se realizarán análisis

cuantitativos y cualitativos como se refleja más abajo. Además, el docente reflexionará sobre su práctica docente por medio de un documento de autoevaluación docente.

### **TEMPORALIZACIÓN de la evaluación del proceso E-A**

**TRIMESTRAL** (al inicio del 2º y 3er. Trimestre)

#### **AUTOEVALUACIÓN DOCENTE**

- Cuantitativo. (Si procede) Comparación de resultados con el trimestre anterior
- Cuantitativo. Encuesta al alumnado sobre la práctica docente
- Cualitativo. Reflexión del profesorado sobre la práctica docente.

#### **AUTOEVALUACIÓN ALUMNADO**

- Cualitativo. Reflexión del alumnado. (Resultados obtenidos por tutor)

### **FINAL**

#### **AUTOEVALUACIÓN DOCENTE**

- Cuantitativo. Encuesta al alumnado sobre la práctica docente
- Cuantitativo. Porcentaje de aprobados respecto a la media del departamento en el mismo nivel grupo o desde curso anterior en el mismo nivel.
- Cuantitativo. Alumnado que ha superado el Plan de Refuerzo
- Cualitativo. Reflexión final del profesorado sobre la práctica docente.
- Cualitativo. Análisis cualitativo de propuestas para el curso siguiente

## **10. 3 CUÁNDO SE EVALUARÁ**

La evaluación debe ser un proceso continuo paralelo e integrado en el proceso de enseñanza-aprendizaje. Por ello, se llevará a cabo al inicio del proceso de aprendizaje, durante el mismo y al final del mismo.

### **A. EVALUACIÓN INICIAL**

Como señala la orden de 18 de septiembre de 2025, en su artículo Artículo 12 “ se realizará una evaluación inicial en el plazo de un mes desde el comienzo de las actividades lectivas para conocer las características y nivel de competencias que presenta el alumnado respecto a los RA de los módulos que va a cursar. Al término de este periodo, se convocará una sesión de evaluación inicial en la que la persona que ejerza la tutoría del grupo facilitará al equipo docente la información disponible sobre las características generales del mismo y sobre las circunstancias académicas o personales con incidencia educativa del alumnado.”

En cuanto a la evaluación inicial, reflejar que es, por tanto, un punto de referencia para el profesorado para adecuar el currículo a las características, capacidades y conocimientos del alumnado. Para ello se utilizarán como herramientas de evaluación un cuestionario inicial al comienzo del curso y la observación diaria reflejada en el documento *Anexo II Hoja de observación de clase* que se adjunta a esta programación. Además, al ser un documento de trabajo de carácter flexible ha de adaptarse a las circunstancias que a lo largo del curso se vayan presentando, como se ha comentado anteriormente, se reflejará su modificación al final de la primera y segunda evaluación. Esta evaluación no conlleva calificación para el alumnado. El modelo de evaluación se encuentra en el *Anexo X* del citado decreto y puede consultarse el resultado de la misma, a nivel grupal e individual, en el acta de sesión de evaluación inicial correspondiente. Por tanto, y a partir

de la misma, esta programación se adaptará a estos resultados y valoraciones realizados en dicha sesión.

Realizada la sesión de evaluación el pasado 16 de octubre, se han tomado varias decisiones en cuanto a dos alumnas de origen marroquí con idioma materno árabe y francés, y que cuentan con un nivel muy bajo de español e inglés, que les impide comunicarse adecuadamente con profesores y compañeros. Las medidas de atención se encuentran recogidas en el apartado 12 de esta programación sobre “medidas de atención a la diversidad” en cuanto a plazos de entrega, materiales a su alcance y resolución de dudas. A menudo los alumnos se centran en los saberes más conceptuales y en las pruebas escritas sin tener en cuenta que la formación profesional prepara para un entorno laboral, empresarial donde se requieren saberes más completos o competencias en los que la actitud profesional y el conocimiento práctico son imprescindibles. Partiendo de esta premisa, se incidirá en estos aspectos, se evaluarán a lo largo del desempeño de los alumnos y se corregirán aquellas formas de hacer que no sean compatibles con este tipo de entornos. Además de estas medidas, las alumnas podrán utilizar su móvil para traducir mientras sea necesario. No se aprecian otros casos que requieran medidas especiales.

Además de esta evaluación inicial para todo el profesorado, es necesario plantear una **evaluación inicial de cada proceso de aprendizaje**, por ejemplo, al inicio de una UD, de una tarea más compleja o en cualquier situación que requiera un análisis previo de conocimientos, destrezas y actitudes. De esta forma se podrán **planificar más efectivamente las acciones a llevar a cabo, actividades y los recursos** más adecuados para alcanzar los objetivos previstos.

La programación del módulo de Marketing Turístico está adaptada y tiene en cuenta los resultados y valoraciones realizadas por el conjunto del equipo docente en la Evaluación Inicial del grupo. Para la evaluación inicial se han empleado las técnicas de la observación, las pruebas de conocimiento escritas y las pruebas orales en inglés. Entre las medidas adoptadas después de dicha evaluación, se acuerda realizar para este MMPP, una adaptación curricular no significativa (ACNS) basada en cambios en la metodología (actividades, agrupamientos y recursos) debido a la barrera que supone no comprender el idioma español o el inglés. Esta adaptación podría verse reducida si las alumnas mejoran su comunicación lingüística a lo largo del curso.

## B. EVALUACIÓN CONTINUA

La necesidad de realizar el seguimiento del desarrollo del aprendizaje a lo largo del curso y establecer las medidas adecuadas que garanticen que se alcanzan las competencias profesionales y para la empleabilidad así como los objetivos de aprendizaje, hace que sea necesario la recogida continua y sistemática de información para evaluar este proceso por medio de las herramientas e instrumentos anteriormente comentados. Este tipo de evaluación permite detectar dificultades, puntos fuertes y débiles del alumno así como su progreso. Es por ello que tiene un **carácter formativo**, en el sentido de que hace posible la mejora permanente.

Además, la orden antes mencionada, explicita que *“en virtud de lo establecido del artículo 27.5 y 27.6 del Decreto 147/2025, de 17 de septiembre, en la modalidad presencial[...], la evaluación continua de los aprendizajes requerirá la asistencia regular y obligatoria, tanto en el centro docente como en la fase de formación en empresa u organismo equiparado, de al menos el 80 por ciento de la duración total del módulo, ámbito o proyecto, a partir de la fecha en la que el alumnado se haya matriculado. Cada centro docente determinará en su proyecto educativo el procedimiento de evaluación.”*

## C. EVALUACIÓN FINAL

Se efectuará al final de cada proceso de enseñanza-aprendizaje, al igual que la evaluación inicial – al final de cada UD, al finalizar una tarea/trabajo complejo u otras situaciones análogas. Además de reflejar la situación tras el aprendizaje, tiene también un carácter formativo ya que permite, a través del análisis del grado de consecución de los objetivos propuestos, realizar modificaciones y mejoras en la planificación de nuevas secuencias didácticas.

Permite además el control de cualquier desviación de los objetivos planteados inicialmente convirtiéndose en una herramienta valiosa de planificación de nuestras intervenciones docentes.

Además de las evaluaciones finales de cada proceso de E-A, la orden de 18 de septiembre de 2025, señala que “se llevarán a cabo al menos, dos sesiones de evaluación parcial dentro del periodo lectivo. Además de estas, se llevarán a cabo una sesión de evaluación inicial y dos sesiones de evaluación final en cada uno de los cursos académicos”.

*La primera evaluación final será no antes del 10 de junio de 2026 y la segunda final el 25 de junio del mismo curso. En este período entre ambas finales se establece período de recuperaciones para el alumnado que pudiera tener algo pendiente tanto de RA como de CE concretos.*

#### D. SESIONES DE EVALUACIÓN

Para cada grupo de alumnos y alumnas de primer curso se realizarán, al menos dos sesiones de evaluación parcial y calificación a lo largo del curso académico. Además de estas, como he comentado, se realizará una sesión de evaluación inicial y dos sesiones de evaluación final en cada curso académico sin perjuicio de lo que establezca el Proyecto Educativo del centro. Las fechas se determinarán en función del calendario escolar:

##### SESIONES DE EVALUACIÓN

<b>Una</b>	<b>Evaluación Inicial</b>	<b>Octubre/ Noviembre</b>
<b>Dos</b>	<b>Evaluaciones parciales</b>	al final del 1er y 2º trimestre
<b>Dos</b>	<b>Evaluaciones finales</b>	1ª y 2ª eval. finales en junio

*Asistirán el profesor tutor, el equipo educativo del curso y algún miembro del equipo directivo. Dos días antes de la sesión de evaluación, deben ponerse las calificaciones de los alumnos en el acta de evaluación del Programa Séneca de la Junta de Andalucía. Al final de cada sesión, se anotarán en el acta de la misma, los acuerdos y decisiones de carácter general para el grupo y los de carácter individual.*

#### 10. 4 LA CALIFICACIÓN DE LOS APRENDIZAJES DEL MÓDULO

**La calificación del módulo de Marketing turístico** integrará:

- la calificación de los RA desarrollados en el **centro (72,50%)** y
- la calificación obtenida en la **FFEOE (27,50%)** se compone de:
  - un 60% de la calificación obtenida por la valoración cualitativa de la empresa ajustada en los términos anteriores
  - un 40% por el diario/cuaderno del alumno.

***La calificación de los resultados de aprendizaje asignados a la empresa u organismo equiparado será positiva cuando su calificación por el profesor responsable del módulo sea igual o superior a 5 puntos.***

Por otro lado, para poder superar el módulo profesional **es necesario que el alumno/a obtenga una nota igual o superior a cinco puntos en todos los RA que lo integran.** Para su calificación final se va a tener en cuenta todas las calificaciones obtenidas por el alumno/a en las distintas evaluaciones parciales

y en el periodo comprendido entre las 2ª evaluación parcial y la 1ª evaluación final, en las que se ha ido concretando el proceso de aprendizaje.

En la calificación se tendrá en cuenta la diferente contribución de cada resultado de aprendizaje conforme a los porcentajes asignados en **la tabla.1 en el apartado 8.1** que se deba alcanzar en relación con las competencias profesionales y para la empleabilidad del módulo.

***Para superar el módulo de Marketing turístico se requerirá la superación de todos los resultados de aprendizaje tanto los desarrollados en el centro docente como en la FFEOE***

Según el artículo 22 de la Orden de evaluación 18 septiembre, las **actividades de refuerzo y mejora** de las competencias permitirán al alumnado:

- la **superación de los módulos** o del proyecto pendientes de evaluación positiva,
- la profundización de los aprendizajes y la **mejora de la calificación** obtenida en los módulos o proyecto superados.

En las ofertas que cuenten con dos evaluaciones finales por curso, **el periodo de refuerzo y mejora de las competencias será el comprendido entre las dos evaluaciones finales.**

En los supuestos de **refuerzo** de las competencias para superación de los módulos pendientes de evaluación positiva la asistencia a clase será **obligatoria**. En el caso de **mejora** de la calificación la asistencia al centro será **obligatoria solo para las actividades** que se propongan para ello.

Para la superación de estos RA se utilizarán diversos instrumentos de evaluación entre otros: pruebas teórico-prácticas, ejercicios de investigación, demostración práctica de los aprendizajes contenidos en los CE y RA correspondientes y su nivel de desempeño.

**Actividades de profundización, refuerzo y recuperación** para contribuir a la mejora y alcance de los RA y CE previstos a lo largo del proceso de enseñanza-aprendizaje.

En cuanto a la recuperación y refuerzo de RA no superados, entendidos **como una parte más del proceso de E-A** y no como simplemente la superación de un examen, se iniciará cuando se detecte la dificultad en el alumno, sin esperar al suspenso poniendo en marcha las acciones que se comentan en este apartado, con el objetivo de evitarlo. Este proceso se desarrollará a lo largo del curso y especialmente en el periodo entre la 1ª evaluación final y la 2ª evaluación fina, para permitir al alumnado la superación de los RA pendiente de evaluación positiva o, en su caso, mejorar la calificación obtenida en el mismo.

Asimismo, después de cada sesión de evaluación, una vez analizados los resultados de ésta, se aplicarán los procedimientos e instrumentos de evaluación necesarios para recuperar los RA no superados. Se recogerán en la Programación de Aula propuestas para estas **actividades de refuerzo y/o recuperación**, asociadas a cada UD. Entre ellas:

- Material de trabajo localizado en la plataforma Moodle para poder ser trabajado con antelación.
- Apoyo a través de sesiones de **resolución de dudas colectivas** previas a los exámenes, así como con sesiones de tutorías individualizadas con el alumno/a.
- **actividades en grupo** para fomentar la colaboración y cooperación de los alumnos con mayor nivel de conocimientos con los que presenten un nivel más bajo, etc.
- **Actividades específicas** de recuperación y refuerzo. Se realizarán a lo largo de la evaluación en curso o en las evaluaciones siguientes, en caso de actividades de recuperación. Estas actividades consistirán, según la naturaleza de los resultados deseados, en: *pruebas escritas parciales de recuperación, cuestionarios específicos, análisis y solución de casos prácticos, trabajos, informes, realización de estudios y exposiciones*, etc. Las actividades de recuperación se realizarán después de la primera y segunda evaluación; por motivos de tiempo es difícil establecer recuperaciones antes de mayo por lo que los RA no superados se harían entre la 3ª evaluación y la evaluación final de junio.
- **Apoyo a través del grabado de vídeos de ciertos contenidos de los temas** para aquel alumnado que necesite apoyo especial con los contenidos y puedan volver a revisar las explicaciones.

- **Temporalización ampliada para entrega de actividades y en pruebas escritas**

Se valorarán estos resultados, del modo indicado con anterioridad y se incluirán en la calificación final siguiendo los criterios de ponderación establecidos.

### 10. 5 CRITERIOS DE CALIFICACIÓN DE LOS RA

Los criterios de calificación se establecerán para cada unidad didáctica, teniendo en cuenta las características del RA asociado y sus CE. De esta forma cada UT lleva asociados unos RA y unos CE ponderados de forma equitativa para asegurar la objetividad del alcance de competencias por igual y otorgando un peso en la ponderación final de la unidad en función de dichos CE incluidos en ella. Para certificar el grado de alcance de los objetivos didácticos, se usarán diferentes instrumentos de evaluación que en función de los CE que califiquen, recibirán el peso o ponderación correspondiente. De tal manera que se intentará que para cada unidad existan:

- a) **Actividades encaminadas a la elaboración de un producto final dentro de un proyecto o reto (0% - 100% de los CE de la UT):** Se incluye en este apartado la participación y realización en productos finales ligados a un hilo conductor/proyecto y sus consecuentes trabajos y/o actividades individuales y/o colectivas ligadas a los CE, con producciones tanto escritas como orales, valorándose la capacidad de síntesis, la curación de contenido, la aplicación de los conceptos trabajados, la utilización de vocabulario específico, la entrega en plazo, constancia en el trabajo, el trabajo en equipo, etc. A través de estas actividades se evaluarán **las competencias personales y sociales**, reflejadas en una **actitud positiva**, capacidad de trabajo en equipo, respeto a compañeros, profesores y resto de comunidad educativa, comportamiento profesional y social adecuado, interés, esfuerzo, etc. La ponderación de estas actividades **quedará recogida en la correspondiente programación de aula de cada unidad**, y estará a disposición del alumnado a través de la plataforma Moodle.
- b) **Pruebas objetivas de conocimiento o Portfolio digital individual del alumnado (0% - 100% de los CE de la UT):** Se tratará de pruebas objetivas sobre los conocimientos del alumnado adquiridos a través del trabajo colaborativo y aplicado en el aula. También se podrá usar el portafolio digital del alumnado como instrumento de evaluación del aprendizaje, donde el alumnado demuestra, a través de la metacognición, su aprendizaje con sus distintas publicaciones y sus correspondientes evidencias. Su contenido irá asociado a cada RA y a determinados CE y en cada caso podrá representar hasta el 60% de la calificación total del RA. Se ponderará en función de cada CE que se trabaje en cada caso y la ponderación de estos. **El uso del portfolio como instrumentos de evaluación está sujeto a la asistencia del alumnado a clase pues las orientaciones, feedback y guía, se facilita en el aula. De no asistir por motivos de trabajo, vivir fuera del municipio, etc. NO se utilizará este instrumento y se utilizará la prueba de conocimiento o examen con los mismos CE y sus porcentajes, destinados al portfolio.**

Para aprobar cada evaluación es necesario un mínimo de 5 puntos sobre 10. Para hacer la media ponderada el alumnado tendrá que obtener una calificación mínima de cinco puntos en cada apartado para aprobar cada evaluación. Las pruebas y trabajos hacen media a partir de 4 puntos. De no superarse algunos contenidos, una vez realizadas las acciones de recuperación de cada trimestre, el alumno/a se evaluará de ellos en el periodo de refuerzo de junio.



Los **criterios de calificación** de la evaluación final que corresponda para aquellos alumnos que hayan perdido la evaluación continua serán los siguientes:

- a) Resolución de ejercicios o cuestionarios teórico-prácticos.....80% de los CE
- b) Presentación de trabajos, exposiciones orales, actividades.....20% de los CE

**Asistencia:** el ciclo tiene carácter presencial por lo que la evaluación continua de los aprendizajes requerirá la asistencia regular y obligatoria, tanto en el centro docente como en la fase de formación en empresa u organismo equiparado, de **al menos el 80 por ciento de la duración total del módulo**, a partir de la fecha en la que el alumnado se haya matriculado” Por tanto, el alumno o alumna que acumule más de un 20% de faltas de asistencia sin justificar puede perder el derecho a evaluación continua. **Para el módulo de marketing el número de horas que corresponde al 20% son 32.**

Además, las faltas injustificadas suponen una falta clara de compromiso con estos estudios presenciales y una falta de madurez y profesionalidad para superar positivamente el módulo, afectan negativamente al rendimiento esperado del alumno/a para considerarlo suficiente, especialmente en cuanto a la evaluación de la actuación en clase y de las competencias para la empleabilidad pudiendo impedir la calificación positiva.

*Si un alumno falta de forma injustificada, un día en el que se realiza una prueba de conocimiento o es día límite para entrega de un trabajo, no se repetirá el examen ni se ampliará el plazo de entrega, el trabajo se valorará como no presentado.*

## 11. MEDIDAS DE ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD

En cumplimiento de los principios prescritos en el artículo 3 del RD 659/2023 y de la función legal prevista en el artículo 5, apartados 1 y 2, de la Ley Orgánica 3/2022, de 31 de marzo, de ordenación e integración de la Formación Profesional, es función del Sistema de Formación Profesional el desarrollo personal y profesional de la persona, la mejora continuada de su cualificación a lo largo de toda la vida y la garantía de la satisfacción de las necesidades formativas del sistema productivo y del empleo. Es por ello que es un objetivo del Sistema de Formación Profesional:

“Garantizar a todas las personas, en condiciones de equidad y a lo largo de la vida, una Formación Profesional de calidad, en diferentes modalidades, significativa personal y socialmente, que satisfaga tanto el desarrollo de la personalidad como las necesidades individuales de cualificación y recualificación permanentes con arreglo a itinerarios diversificados, y de respuesta a sus necesidades formativas a medida que se producen, atendiendo a sus circunstancias personales, sociales y laborales.”

*Es por ello que cualquiera de los grados del sistema de FP deberá adaptarse a las personas con necesidades específicas de apoyo educativo o formativo para garantizar el acceso, la permanencia y la progresión en el aprendizaje, facilitando el proceso de adquisición de las competencias definidas y que constituyen el perfil profesional completo o parcial asociado al grado.*

*(Art. 4.1 del Real Decreto 659/2023, de 18 de julio, por el que se desarrolla la ordenación del Sistema de Formación Profesional)*

### 11.1. Atención a las diferencias individuales

En consonancia con el art. 15 del RD 659/2023, se fomentarán la equidad e inclusión, la igualdad de oportunidades y la no discriminación en la formación profesional a lo largo de la vida laboral, adoptando para ello los apoyos y medidas de flexibilización, de adaptación temporal, de diseño universal y alternativas organizativas y metodológicas, de atención a la diversidad e inclusión, con especial atención al alumnado con necesidades de apoyo educativo y formativo, que en cada caso se requieran.

La atención diferenciada que requieran determinadas personas se rige por:

- a) Los principios de normalización, inclusión y accesibilidad.
- b) La adaptación de condiciones facilitadoras de la adquisición de los aprendizajes y de las evaluaciones a las necesidades precisadas de apoyo formativo.

*(Art. 15 del Real Decreto 659/2023, de 18 de julio, por el que se desarrolla la ordenación del Sistema de Formación Profesional)*

Esta atención diferenciada requiere la adaptación de condiciones que faciliten la adquisición de los aprendizajes y de las evaluaciones a personas con necesidades precisadas de apoyo formativo. De acuerdo con esto, se pondrán en marcha las medidas, apoyos, adaptaciones y alternativas organizativas y metodológicas necesarias para que estas personas puedan alcanzar las competencias profesionales y para la empleabilidad previstas en el título. Entre otras medidas:

### **11.2. Evaluación del alumnado con medidas específicas de atención a la diversidad**

De acuerdo al RD 659/2023, la evaluación debe respetar el carácter práctico de la formación, las necesidades de **adaptación metodológica, de ampliación de tiempos y de recursos** de las personas con necesidades específicas de apoyo educativo o formativo. Estas adaptaciones en ningún caso se tendrán en cuenta para minorar las calificaciones obtenidas. Desde la detección, en el proceso de evaluación continua, de un progreso no adecuado de una persona en formación o, en todo caso, de dificultades en el proceso de aprendizaje, tendrá especial consideración la tutoría, que deberá efectuar un seguimiento y acompañamiento específicos y con garantías de accesibilidad, dirigidos a asegurar los apoyos individualizados que se precisen.

*(Art. 18 del Real Decreto 659/2023, de 18 de julio, por el que se desarrolla la ordenación del Sistema de Formación Profesional)*

En los ciclos formativos de grado medio y grado superior se promoverá el **uso generalizado de instrumentos de evaluación variados, flexibles y adaptados a las distintas situaciones de aprendizaje** que permitan la valoración objetiva de todas las personas en formación, y que garanticen, asimismo, que las condiciones de realización de los procesos asociados a la evaluación se adaptan a las personas con necesidad específica de apoyo.

*(Art. 107.2 del Real Decreto 659/2023, de 18 de julio, por el que se desarrolla la ordenación del Sistema de Formación Profesional)*

Por otro lado, siguiendo el artículo 2.9, para el alumnado que presente discapacidad o cualquier otra necesidad específica de apoyo educativo o formativo **se garantizará el acceso al currículo y a las pruebas de evaluación** disponiendo de los medios necesarios para que puedan alcanzar los objetivos establecidos en términos de RA y, por ende, adquirir las competencias profesionales correspondientes.

En virtud del **artículo 8.3 del Decreto 147/2025**, de 17 de septiembre, los centros docentes aplicarán los currículos establecidos en los grados D adaptando su **programación, técnicas, procedimientos e instrumentos de evaluación** a las características de su alumnado, con especial atención a las necesidades de quienes presenten una discapacidad o cualquier otra necesidad específica de apoyo educativo (NEAE) o formativo y teniendo en cuenta las posibilidades formativas del entorno productivo. Esta adecuación en ningún caso puede suponer la modificación o supresión de las competencias contempladas, de los RA y CE del grado y, por lo tanto, no podrán afectar a la adquisición de la competencia general del título. A tal efecto, los centros podrán prever **adaptaciones metodológicas, tecnológicas, organizativas y de comunicación**.

De acuerdo al artículo 8 del Decreto 147/2025 sobre **atención a las diferencias individuales**, se entenderá por:

- **personas con necesidades específicas de apoyo educativo o formativo:** aquellas que, con independencia de que estas tengan su origen en condiciones personales, sociales o de cualquier otro tipo, generen la necesidad de una atención diferente a la ordinaria durante su formación que les facilite alcanzar las competencias profesionales y para la empleabilidad previstas en los Grados D.

Se fomentará la **equidad e inclusión, la igualdad de oportunidades y la no discriminación**, adoptando un enfoque de flexibilidad, alternativas metodológicas, adaptaciones de acceso al currículo, diseño universal para el aprendizaje (DUA) para adaptarse a las características de, alumnado que presente una discapacidad o cualquier otra necesidad específica de apoyo educativo o formativo y teniendo en cuenta las posibilidades formativas del entorno productivo.



Sin poder suponer, por ello, la modificación o supresión de las competencias contempladas, ni de los resultados de aprendizaje ni de los criterios de evaluación del grado y, por lo tanto, sin afectar a la adquisición de la competencia general.

### 11. 3 Adaptaciones y alternativas organizativas y metodológicas.

Para garantizar el acceso equitativo, se podrán implementar, entre otras, las siguientes medidas de adaptación y alternativas organizativas y metodológicas:

- A. La adaptación de la programación en cuanto a técnicas, procedimientos e instrumentos de evaluación
- B. La adaptación de la metodología y ampliación de tiempos. Uso de una **metodología ecléctica** que consiste en aplicar el tipo de metodología que mejor responda a las necesidades que en cada momento demandan los alumnos/as. así como la realización de actividades alternativas (con distinto nivel de profundidad) o complementarias (para afianzar contenidos no dominados, con especial interés en los mínimos exigibles establecidos).
- C. La **organización o disposición física de la clase** favoreciendo a alumnado con impedimentos.
- D. La creación de agrupaciones flexibles, por ejemplo, un alumno con problemas de aprendizaje que sea apoyado por un compañero más aventajado u organizando grupos de trabajo variados (IND, PAR, GRUP, GGRUP)
- E. La adaptación de la **temporalización** (dedicar más tiempo a un contenido que demuestra ser más complejo de asimilar, modificar la temporalización de las UD para facilitar su comprensión; por ejemplo, impartir aquellas unidades que sean más cercanas a los conocimientos previos de los alumnos, dar más tiempo para la realización de exámenes...)
- F. La adaptación o el ajuste de los materiales curriculares, a través de la accesibilidad cognitiva, lectura fácil, apoyos visuales y enfoques metodológicos.
- G. El acceso a recursos tecnológicos y materiales accesibles que faciliten la participación del alumnado con necesidades específicas de apoyo educativo que requieran ajustes o adaptaciones.
- H. La formación del profesorado en atención a la diversidad, a través de herramientas y metodologías inclusivas, que permitan una respuesta educativa de calidad a todo el alumnado.
- I. El acercamiento a las instituciones vinculadas al ámbito de la discapacidad para impulsar la fase de formación en empresa u organismo equiparado del alumnado con necesidad específica de apoyo educativo o formativo.

### 11.4 Período de formación en empresa u organismo equiparado.

En el plan de formación de las personas con necesidades específicas de apoyo se establecerán las medidas, apoyos y/o adaptaciones necesarias.

*(Art. 157.2.g del Real Decreto 659/2023, de 18 de julio, por el que se desarrolla la ordenación del Sistema de Formación Profesional)*

### 11. 5 Las medidas extraordinarias de atención a la diversidad.

A veces hay ocasiones en que las vías y posibilidades ordinarias de atención a la diversidad no son suficientes para que determinados alumnos y alumnas puedan acceder al currículo establecido con carácter general. En estos casos es necesario **adoptar otras medidas complementarias, de carácter extraordinario**, más ajustadas a sus necesidades y que los sitúen en mejores condiciones para desarrollar las capacidades reflejadas en los objetivos generales del Ciclo. Aquí, además, intervendrían el Departamento de Orientación y el resto del equipo educativo del curso. Nos referimos a medidas tales como la permanencia de un año más en el mismo curso o adaptaciones curriculares con carácter especial.

## 12. CONTENIDOS DE CARÁCTER TRANSVERSAL

El carácter integral del currículo implica la necesidad de incorporar en el módulo elementos educativos básicos como son la **educación en valores y la atención a la cultura andaluza**, según se establece en la Ley 17/2007 de Educación en Andalucía (art.39 y 40). Se trata de contenidos de especial relevancia que responden a un proyecto de sociedad y educación dentro del marco europeo. Dados los contenidos de este módulo profesional, se considera que los temas más convenientes a tratar en clase son:

- **Educación para la Paz y la Convivencia.** Pretende educar en el pluralismo:
  - El respeto a la autonomía de los demás.
  - El diálogo como forma de solución de diferencias.
  - Generar posiciones de defensa de la paz mediante el conocimiento de personas e instituciones significativas.
  - Preferir la solución dialogada de conflictos, la no violencia, el respeto y la tolerancia.
  - El respeto de los derechos humanos y las libertades fundamentales en una sociedad libre y democrática.
- **Educación para Europa.** Sus objetivos principales son:
  - Adquirir una cultura de referencia europea en Geografía, Historia, lenguas, instituciones, etc.
  - Desarrollar la conciencia de identidad europea.
- **Educación multicultural.** Pretende:
  - Desarrollar una actitud de respeto hacia la diversidad cultural
  - Despertar el interés por conocer otras culturas diferentes.
  - Desarrollar actitudes de respeto y colaboración con otras culturas en la sociedad y en especial en el ámbito laboral.
- **Coeducación.** Tiene como objetivos:
  - Desarrollar la autoestima y concepción del propio cuerpo como expresión de la personalidad.
  - Analizar críticamente la realidad y corregir juicios sexistas.
  - Consolidar hábitos no discriminatorios.
- **Sostenibilidad y consumo responsable:** acciones para evitar la huella ecológica, consumerismo.
- **Educación para la salud:** desarrollo de hábitos de vida saludables.
- **Educación en el esfuerzo y en el trabajo:** para conseguir los logros propuestos en la vida académica, personal y profesional.
- **Cultura andaluza:** el patrimonio histórico-artístico, el medio natural, la historia, la cultura y otros hechos diferenciadores de Andalucía.

En las sesiones se aprovechará cualquier situación o fechas señaladas en la que surjan conversaciones sobre **temas transversales** como los mencionados antes, para dedicar un tiempo a su análisis y a la **educación en valores del grupo**, pero también se realizarán intencionadamente algunas acciones como las que a continuación detallo:

- Valorar cualquier logro de los alumnos por pequeño que sea y los esfuerzos empleados en la realización de una tarea.
- No realizar descalificaciones totales a un trabajo o proyecto. Si se indica un fallo o deficiencia, sugerir posibilidades de superación.
- Destacar y comentar las conductas tolerantes y flexibles.
- Elogiar la independencia de criterio y la capacidad de ser consecuentes.
- Organizar la clase según una serie de normas de convivencia previamente negociadas.
- Una vez consensuada la norma, exigir su cumplimiento.
- Ante un conflicto, formar una comisión de alumnos que lo estudie y aporte soluciones.
- Propiciar la igualdad actuando de la misma forma en situaciones similares.
- Ser capaces de pedir disculpas y subsanar errores.
- Finalizado un periodo de trabajo, realizar una sesión de reflexión para analizar el proceso.
- Indagar en la vida de personas que hayan conseguido logros excepcionales y/o contribuido a la mejora de la humanidad y de nuestro sector económico.
- Potenciar el diálogo y la autoestima para enfrentarse a desafíos externos.

También la LOMLOE en su exposición de motivos expresa **la importancia de los valores como soporte de la igualdad y la justicia social**. La práctica de valores debe favorecer dentro del sistema educativo español, la libertad personal, la responsabilidad, la ciudadanía democrática, la solidaridad, la tolerancia, la igualdad, el respeto y la justicia, superando cualquier tipo de discriminación

## 13. BIBLIOGRAFÍA

### Bibliografía de Aula

- Material variado, elaborado por la profesora.

### Bibliografía de Departamento

- Marketing Turístico. Antoni Serra. Editorial ESIC 2011
- Manual de Marketing Turístico. Mª Ángeles Sánchez Martínez Editorial Síntesis 2018
- Marketing for Hospitality and Tourism. Phillip Kotler, John T. Bowen y James Makens. Ed. Pearson. 2005
- Cambridge English for Marketing. Nick Robinson. Cambridge Ed. 2015
- Marketing Turístico. C. Delia Ojeda G. y Patricia Mármol. Editorial Paraninfo 2022.

### Webgrafía:

Se hará uso de una amplia variedad de **sitios web**, específicos o no del sector turístico, privados o dependientes de instituciones públicas. Entre ellos podemos destacar:

- <https://www.puomarketing.com/>
- <https://marketingturisticodigital.com/>
- <https://blog.inturea.com/>
- <https://www.dataestur.es/>