



Universidad  
Internacional  
de Andalucía

## TÍTULO

### UNIDAD DIDÁCTICA ANÁLISIS DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS APLICADAS AL SECTOR TURÍSTICO

## AUTORA

Soraya María Gallardo Valencia

	<b>Esta edición electrónica ha sido realizada en 2024</b>
Tutor	D. Francisco José Tamarit Duarte
Institución	Universidad Internacional de Andalucía <i>Máster Universitario en Profesorado de Enseñanza Secundaria Obligatoria, Bachillerato, Formación Profesional y Enseñanzas de Idiomas (2022/23)</i>
Curso	
©	Soraya María Gallardo Valencia
©	De esta edición: Universidad Internacional de Andalucía
Fecha documento	2023



Universidad  
Internacional  
de Andalucía



**Atribución-NoComercial-SinDerivadas  
4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)**

Para más información:

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.es>

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.en>



**Máster Universitario en Profesorado de enseñanza secundaria obligatoria, bachillerato, formación profesional y enseñanzas de idiomas de la Universidad Internacional de Andalucía**

# Proyecto: Trabajo Fin de Máster

**UNIDAD DIDÁCTICA:** Análisis de las nuevas tecnologías aplicadas al sector turístico.

**Presentado por:** Soraya María Gallardo Valencia

**Tutor:** Francisco José Tamarit Duarte

**Curso académico:** 2022/2023

## Contenido

1.	INTRODUCCIÓN Y OBJETIVOS DEL TRABAJO.....	4
2.	JUSTIFICACIÓN TEÓRICA.....	5
3.	CONTEXTUALIZACIÓN DE LA UNIDAD DIDÁCTICA .....	9
3.1.	Contextualización legal .....	9
3.1.1.	Normativa Estatal.....	9
3.1.2.	Normativa Autonómica.....	10
3.2.	Contextualización del centro educativo.....	11
3.3.	Contextualización del alumno del centro .....	12
3.4.	Contextualización del alumnado al que va dirigida la unidad didáctica .....	14
4.	IDENTIFICACIÓN DE LA UNIDAD DIDÁCTICA .....	14
5.	OBJETIVOS.....	16
5.1.	Objetivos generales.....	17
5.2.	Objetivos específicos/ Resultados de Aprendizaje .....	17
5.3.	Objetivos didácticos .....	18
6.	COMPETENCIAS.....	19
6.1.	Competencia general .....	19
6.2.	Competencias profesionales, personales y sociales .....	19
6.3.	Cualificaciones profesionales.....	20
7.	CONTENIDOS DE LA UNIDAD DIDÁCTICA.....	22
7.1.	Contenidos básicos.....	22
7.2.	Contenidos didácticos .....	23
7.3.	Contenidos transversales .....	24
8.	INTERDISCIPLINARIEDAD.....	25
9.	METODOLOGÍA.....	26
9.1.	Principios metodológicos .....	26
9.2.	Métodos didácticos.....	27
9.3.	Actividades de enseñanza-Aprendizaje.....	28
9.4.	Recursos didácticos .....	34
9.5.	Organización: tiempo, espacio y agrupamiento .....	36
10.	TEMPORALIZACIÓN / SECUENCIACIÓN .....	37
11.	EVALUACIÓN .....	40

11.1.	Criterios de evaluación.....	40
11.2.	Instrumentos de evaluación.....	41
11.3.	Criterios de calificación .....	44
11.4.	Mecanismos de recuperación .....	45
12.	ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD .....	46
13.	REFLEXIÓN, EVALUACIÓN Y CONCLUSIONES .....	47
14.	BIBLIOGRAFÍA.....	49
	ANEXOS .....	51

## 1. INTRODUCCIÓN Y OBJETIVOS DEL TRABAJO

La finalidad del presente trabajo de Fin de Máster es el desarrollo de una unidad didáctica **“Análisis de las Nuevas Tecnologías Aplicadas al Sector Turístico”** para el módulo **“Marketing Turístico”** dentro del Ciclo Formativo de Grado Superior: Agencias de Viajes y Gestión de Eventos.

El objetivo principal de la elaboración de este trabajo es poner en práctica todos los conocimientos y capacidades que se han adquirido a lo largo del curso en las asignaturas tanto generales como específicas del Master de Profesorado.

La actividad de planificación que el/la docente debe llevar a cabo y de forma previa a desarrollar su labor educativa consiste en definir los contenidos (qué se va a enseñar), definir los objetivos (qué se pretende conseguir), definir la metodología (cómo se va a enseñar), definir la temporalización (secuencia de las actividades y clases de la asignatura) y por último, los materiales y recursos (medios que se van a utilizar).

La elaboración de una Unidad Didáctica es un elemento esencial en la planificación docente. Es el elemento en el que se refleja de la manera más específica y desarrollada los conceptos mencionados con anterioridad, completando con los criterios de evaluación, contenidos transversales, atención a la diversidad y demás elementos que configuran el esqueleto de la Unidad Didáctica.

Aunque la Unidad Didáctica tiene un carácter previsor, no se desarrolla tal cual aparece en sus páginas, ya que en la práctica el docente tiene que tener una gran capacidad de adaptación al entorno y saber responder a las necesidades que el alumnado presenta. Es un proceso de planificación y adaptación, una guía a seguir en el desarrollo del aula.

El objetivo de la unidad didáctica es obtener en el estudiante unos resultados de aprendizaje de la formación profesional y dotar al estudiantado de ciertas cualidades y capacidades con el fin de poder desempeñar ciertas profesiones en relación con los estudios impartidos. El docente debe dar una visión realista del sector correspondiente al Ciclo Formativo.

## 2. JUSTIFICACIÓN TEÓRICA

El turismo es una actividad de gran importancia a nivel global debido a sus múltiples impactos económicos, sociales y culturales. A continuación, se presentan algunas de las razones por las cuales el turismo es considerado relevante:

- ✓ **Generación de empleo:** El turismo es una de las industrias que más empleo genera a nivel mundial. Desde hoteles y restaurantes hasta agencias de viajes y guías turísticos, la industria turística proporciona una amplia gama de oportunidades laborales, tanto directas como indirectas, especialmente en áreas donde puede haber escasez de otras fuentes de empleo.
- ✓ **Estímulo económico:** El turismo tiene un impacto significativo en la economía de los destinos turísticos. Los turistas gastan dinero en alojamiento, alimentos, transporte, compras y actividades recreativas, lo que impulsa la demanda y estimula el crecimiento de otros sectores económicos locales. Esto puede tener un efecto multiplicador en la economía, generando ingresos, inversiones y contribuciones fiscales.
- ✓ **Desarrollo de infraestructura:** La industria del turismo a menudo requiere inversiones en infraestructura, como la construcción de hoteles, aeropuertos, carreteras y servicios públicos. Estas inversiones no solo benefician al turismo, sino que también mejoran la calidad de vida de los residentes locales al proporcionar una infraestructura más desarrollada y accesible.
- ✓ **Preservación del patrimonio cultural y natural:** El turismo puede desempeñar un papel importante en la preservación y conservación de sitios culturales y naturales. Los visitantes a menudo valoran y respetan los aspectos culturales y naturales de un destino, lo que puede generar conciencia y fondos para su protección y mantenimiento a largo plazo.

- ✓ **Intercambio cultural y entendimiento mutuo:** El turismo promueve el intercambio cultural y el entendimiento mutuo entre personas de diferentes países y culturas. Los viajeros tienen la oportunidad de experimentar nuevas formas de vida, tradiciones, gastronomía y aprender sobre la diversidad del mundo. Esto puede fomentar la tolerancia, el respeto y la paz entre diferentes sociedades.
- ✓ **Estimulación de la economía local:** El turismo puede ser una fuente importante de ingresos para las comunidades locales, especialmente en áreas rurales o menos desarrolladas. Al atraer a los turistas, se crean oportunidades para emprendimientos locales, como artesanías, restaurantes familiares y servicios turísticos, lo que contribuye a la mejora de la calidad de vida de los residentes locales.

Actualmente, hay una gran mejora respecto a los años duros que ha sufrido el turismo a causa de la pandemia convirtiéndose de nuevo, en el principal motor de la economía española.

Para reforzar esta idea, se presentan los últimos datos de los principales indicadores del sector turístico:

*La robusta recuperación del turismo el año pasado fue uno de los principales motores de la economía española. Su aportación al producto interior bruto (PIB) fue de 159.490 millones de euros en términos nominales, un 1,4% más que en 2019, y supuso un 61% del crecimiento del PIB español, según los cálculos de Exceltur, que agrupa a las grandes empresas del sector (...). (Cristina Galindo, 2023, El País)*

Las tecnologías desempeñan un papel fundamental en la industria del turismo en varios aspectos, ya que han transformado la forma en que las personas planifican, reservan y experimentan sus viajes. A continuación, se detallan algunas de las principales formas en que las tecnologías han influido en el turismo y su importancia:



- ✓ **Investigación y planificación:** Las tecnologías, especialmente Internet, han facilitado la investigación y planificación de viajes. Ahora, las personas pueden acceder a una amplia gama de información sobre destinos, vuelos, alojamientos, atracciones turísticas, opiniones de otros viajeros, entre otros. Esto les permite tomar decisiones informadas y personalizar sus itinerarios según sus preferencias.
- ✓ **Reservas en línea:** Los sistemas de reservas en línea han simplificado el proceso de reserva de vuelos, alojamientos, alquiler de automóviles y otros servicios turísticos. Los viajeros pueden comparar precios, verificar disponibilidad y realizar reservas instantáneas desde la comodidad de sus hogares o dispositivos móviles. Esto ha aumentado la eficiencia y la accesibilidad del proceso de reserva.
- ✓ **Experiencia del viaje:** Durante el viaje, las tecnologías continúan desempeñando un papel importante. Las aplicaciones móviles ofrecen guías turísticas interactivas, mapas digitales, traductores, recomendaciones de restaurantes y servicios de transporte, lo que ayuda a los viajeros a moverse con mayor facilidad en destinos desconocidos. Además, las redes sociales y las plataformas de compartición de fotos permiten a los viajeros compartir sus experiencias en tiempo real y obtener recomendaciones de otros usuarios.
- ✓ **Marketing y promoción:** Las tecnologías han revolucionado el marketing y la promoción en la industria del turismo. Las redes sociales, los blogs de viajes, los videos promocionales y las plataformas de reserva en línea se han convertido en herramientas clave para promocionar destinos turísticos, hoteles, agencias de viajes y otros servicios relacionados. Esto ha permitido una mayor visibilidad y alcance para los proveedores de servicios turísticos, así como una mayor interacción y retroalimentación con los posibles viajeros.

Por lo tanto, las tecnologías son esenciales en la industria del turismo y seguirán desempeñando un papel crucial en su desarrollo y evolución.

La inteligencia artificial también tiene un impacto significativo en el marketing turístico al permitir la personalización de la experiencia del cliente, mejorar la asistencia y el servicio al cliente, optimizar las campañas publicitarias, analizar datos para tomar decisiones informadas y mejorar las experiencias turísticas a través de tecnologías avanzadas. Al aprovechar el poder de la IA, las empresas turísticas pueden brindar experiencias más relevantes y satisfactorias a los viajeros, lo que lleva a una mayor satisfacción del cliente y a una ventaja competitiva en el mercado.

Por último, en relación al ciclo formativo de Agencias de Viaje y Gestión de Eventos, formación específica relacionada con el sector turístico y de eventos, el estudiante titulado, podrá acceder a una variedad de puestos de trabajo en diferentes áreas de la industria. Algunos perfiles profesionales y puestos en los que alguien con este título podría trabajar son:

- ✓ **Agente de viajes:** Trabajar en una agencia de viajes, asesorando a los clientes sobre destinos, planes de viaje, reservas de vuelos y alojamiento, proporcionando información turística y gestionando los detalles logísticos de los viajes.
- ✓ **Gestor de eventos:** Organizar y coordinar eventos, como conferencias, convenciones, bodas o conciertos. Esto implica planificar y supervisar aspectos logísticos, como la ubicación, el presupuesto, el transporte, el alojamiento y la coordinación de proveedores y servicios.
- ✓ **Coordinador de congresos y convenciones:** Trabajar en la organización y coordinación de congresos, convenciones y eventos corporativos.
- ✓ **Responsable de ventas y marketing en agencias de viajes:** Desarrollar estrategias de marketing y ventas para promocionar los servicios de la agencia de viajes, captar clientes y generar ventas.

### 3. CONTEXTUALIZACIÓN DE LA UNIDAD DIDÁCTICA

Es esencial contextualizar la Unidad Didáctica, con el fin de conocer la ley por la que se rige, sus características fundamentales, el entorno del Centro Educativo, el funcionamiento y las características del alumnado.

#### 3.1. Contextualización legal

Las normativas que regulan la Formación Profesional en general y el Ciclo Formativo de Agencias de Viajes y Gestión de Eventos son las siguientes:

##### 3.1.1. Normativa Estatal

La normativa estatal se refiere a las leyes y regulaciones promulgadas por el gobierno central de un país. En el caso de España, la normativa estatal se aplica a nivel nacional y establece el marco jurídico para diferentes aspectos. A continuación, se detallan las leyes estatales relevantes:

**Tabla 1: Normativas Estatales de la formación profesional y del Ciclo formativo seleccionado**

MARCO NORMATIVO	ÁMBITO	LEGISLACIÓN
Leyes generales del sistema educativo	Nacional	Ley Orgánica 3/2020, de 29 de diciembre (LOMLOE) por la que se modifica la Ley Orgánica. 2/2006 de 3 de mayo de Educación (LOE).
Legislación relacionada con las enseñanzas de F.P.	Nacional	<p>Ley Orgánica 5/2002, de 19 de junio, de las cualificaciones profesionales y de la Formación Profesional.</p> <p>Ley Orgánica 3/2022, de 31 de marzo, de ordenación e integración de la Formación Profesional.</p> <p>Real Decreto 1147/2011 de 29 de julio, por el que se establece la ordenación general de la Formación Profesional del Sistema Educativo.</p> <p>Real Decreto 564/2010, de 7 de mayo, por el que se modifica el Real Decreto 1558/2005, de 23 de diciembre, por el que se regulan los requisitos básicos de los Centros integrados de Formación Profesional.</p>

Legislación relacionada con el Ciclo Formativo de Grado Superior de Agencias de Viajes y Gestión de Eventos.	Nacional	Real Decreto 1254/2009, de 24 de julio, por el que se establece el Título de Técnico Superior en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos y se fijan sus enseñanzas mínimas.

**Fuente: Elaboración propia.**

### 3.1.2. Normativa Autonómica

La normativa autonómica en España se refiere a las leyes y regulaciones específicas que son promulgadas por las comunidades autónomas, en el marco de sus competencias y autonomía legislativa. Cada comunidad autónoma tiene la capacidad de establecer normas y regulaciones en diversos ámbitos, incluyendo la educación y la formación profesional. A continuación, se detallan las normativas autonómicas relevantes en Andalucía:

**Tabla 2: Normativas Autonómicas de la formación profesional y del Ciclo formativo seleccionado.**

MARCO NORMATIVO	ÁMBITO	LEGISLACIÓN
Leyes generales del sistema educativo	Autonómica	Ley 17/2007 de 10 de diciembre, de Educación de Andalucía (LEA).
Legislación relacionada con las enseñanzas de F.P.	Autonómica	Decreto 436/2008 de 2 de septiembre de las enseñanzas de Formación Profesional inicial. Orden de 29 de septiembre de 2010, por la que se regula la evaluación, certificación, acreditación y titulación académica del alumnado que cursa enseñanzas de formación profesional inicial que forma parte del sistema educativo en la Comunidad Autónoma de Andalucía.
Legislación relacionada con el Ciclo Formativo de Grado Superior de Agencias de Viajes y Gestión de Eventos	Autonómica	Orden de 13 de octubre de 2010, por la que se desarrolla el currículo correspondiente al Técnico Superior en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos.

**Fuente: Elaboración propia**

### 3.2. Contextualización del centro educativo

El análisis del entorno socio-económico y laboral del alumnado al que va dirigido esta Unidad Didáctica es muy importante. Los Centros Educativos de FP tienen como finalidad preparar al alumnado para que trabajen en el campo profesional.

El sector de la hostelería y turismo, en la economía mundial, tiene una importancia estratégica creciente siendo el sector que tiene una repercusión mayor en términos de empleo y renta.

Hay una amplia oferta de trabajo en el sector de hostelería y turismo en Andalucía. Las provincias con una oferta mayor son Málaga, Granada y Cádiz. Por áreas, destacan los servicios de alojamiento y comida-bebida.

A la hora de seleccionar un trabajador o trabajadora o promocionarlo, aparte de la formación especializada para el desarrollo del puesto de trabajo solicita que la persona cuente con una serie de habilidades prácticas, de actitudes, de valores tales como autonomía e iniciativa personal, idiomas, habilidades de comunicación y competencia digital.

El tejido empresarial de Granada correspondiente al sector de Hostelería y Turismo es uno de lo más amplios en empresas de alojamiento, de hostelería, empresas de panadería-pastelería, otros recursos de hostelería tales como comedores universitarios, residencias escolares, colegios con cocina y comedor, hospitales públicos con cocina, así como en otras empresas turísticas como agencias de viajes, agencias de guías turísticos.

El Centro Público de Formación Profesional Hurtado de Mendoza, ubicado en Granada se fundó en 1966 siendo la primera escuela de Hostelería y Turismo en Andalucía. El centro se encuentra situado en calle Francisco Palau y Quer 17, 18006, Granada.

El propósito del C.P.I.F.P Hurtado de Mendoza es preparar personas formadas en el ámbito humano, científico y técnico, que tengan espíritu crítico, comportamientos éticos, satisfacción en su aprendizaje, respeto por el entorno y que se integren en la sociedad, que sean capaces de acceder a la Universidad, al mundo laboral o crear su propia empresa.

A continuación, se expone a través de una tabla la oferta educativa disponible del C.P.I.F.P. Hurtado de Mendoza.

Tabla 3: Oferta formativa C.P.I.F.P Hurtado de Mendoza

<b>Oferta Formativa C.P.I.F.P Hurtado de Mendoza</b>
<b>CICLOS FORMATIVOS DE GRADO MEDIO</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>TÉCNICO EN COCINA Y GASTRONOMÍA</b></li> <li>• <b>TÉCNICO EN SERVICIO DE RESTAURACIÓN</b></li> <li>• <b>TÉCNICO EN PANADERÍA, REPOSTERÍA Y CONFITERÍA (INDUSTRIAS ALIMENTARIAS)</b></li> </ul>
<b>CICLOS FORMATIVOS DE GRADO SUPERIOR</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>TÉCNICO SUPERIOR EN AGENCIAS DE VIAJES Y GESTIÓN DE EVENTOS.</b></li> <li>• <b>TÉCNICO SUPERIOR EN GESTIÓN DE ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS (BILINGÜE).</b></li> <li>• <b>TÉCNICO SUPERIOR EN GESTIÓN DE ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS (BILINGÜE DUAL).</b></li> <li>• <b>TÉCNICO SUPERIOR EN GUÍA, INFORMACIÓN Y ASISTENCIA TURÍSTICA (BILINGÜE).</b></li> <li>• <b>TÉCNICO SUPERIOR EN DIRECCIÓN DE COCINA.</b></li> <li>• <b>TÉCNICO SUPERIOR EN DIRECCIÓN DE RESTAURACIÓN.</b></li> </ul>

**Fuente: Proyecto funcional del CPIFP Hurtado de Mendoza.**

Esta oferta está formada por un total de 3 Ciclos Formativos de Grado Medio y 5 Ciclos Formativos de Grado Superior. Hay una oferta amplia bilingüe y dual.

La oferta dual significa que el alumno puede desempeñar un trabajo a la vez que realiza el Ciclo Formativo, por lo que tiene la facilidad de aplicar mejor la teoría adquirida en el ciclo con la práctica en la vida real ya que obtiene un mejor aprendizaje de los módulos que se imparte en el ciclo formativo.

### 3.3. Contextualización del alumno del centro

El entorno físico del Centro no es determinante a la hora de describir las características del alumnado debido a que las enseñanzas impartidas son de Hostelería y Turismo y no hay más Centros que oferten todos los módulos de esta especialidad al completo, pero si hay otros centros en Granada capital y provincias que oferten Ciclos Formativos de Hostelería y Turismo.

En general, son estudiantes motivados por la hostelería y el turismo y en muchos casos, están animados ya que cuentan con profesionales familiares que se dedican a este sector.

Según la procedencia social, el nivel es medio, con tendencia a medio-bajo en Grado Medio y medio-alto en el Grado Superior. La mayoría del alumnado proceden de la enseñanza pública y son mayores de edad. Gran parte viven con sus padres y el resto en pisos compartidos o residencias.

El alumnado que finaliza el Grado Superior suele buscar trabajo en el sector continuando un porcentaje muy reducido los estudios universitarios o formación especializada.

Debido a los cambios culturales y sociales que experimenta la sociedad, el alumnado tiene una falta de interés por superarse en el aprendizaje lo que conlleva frecuentemente a la falta de hábitos de trabajo y estudio.

La diversidad del alumnado se puede presentar de diferentes formas y está causada por diversas circunstancias como en ritmos de trabajo, conocimientos previos y experiencias personales y laborales, capacidades generales o específicas, estilos de aprendizaje, situaciones personales y familiares, habilidades y destrezas, intereses profesionales y personales...

Generalizando y realizando un estudio sobre el alumnado que ha estudiado en el centro se pueden establecer algunas tipologías que demuestra la diversidad mencionada anteriormente:

- Alumnado con niveles de competencia más bajos. Se destaca los estudiantes que llegan con Prueba de Acceso por carecer de la titulación académica exigida y los que tienen acceso al Grado Medio desde la FP Básica.
- Alumnado inmigrante que no tiene dominio con el español, con niveles académicos diferentes a los que tenemos en nuestro sistema educativo o con diferencias culturales que tienen repercusión en el centro.

- Alumnos que son mayores y a pesar de tener motivación, llevan mucho tiempo sin estudiar y presentan dificultades en las partes teóricas, en uso de las TIC...

### **3.4. Contextualización del alumnado al que va dirigida la unidad didáctica**

Esta unidad didáctica va dirigida a un alumnado con edades comprendidas entre los 17 y 40 años y nacionalidad española. Hay un mayor porcentaje de alumnado femenino.

Existe una gran diversidad ya que algunos estudiantes han tenido acceso a través de FP, otros acaban de terminar la educación secundaria, otros disponen ya de un título universitario. Debido a este factor, sus capacidades y su madurez son diferentes por lo que el ritmo de trabajo en algunas situaciones no podrá ser el mismo.

Sus niveles económicos es otra variable a tener en cuenta puesto que hay parte de estudiantes que están trabajando a la vez que asisten al ciclo y otra parte son estudiantes exclusivamente.

Los estudiantes muestran un fuerte interés en las nuevas tecnologías aplicadas al sector turístico y desean profundizar en cómo estas tecnologías están transformando la industria. Están motivados por aprender sobre las últimas tendencias tecnológicas y cómo pueden aplicarlas en su futuro trabajo en agencias de viajes o empresas relacionadas con el turismo.

Se espera que los estudiantes posean habilidades de comunicación oral y escrita efectivas, capacidad para trabajar en equipo, habilidades de organización y planificación, así como competencias en el uso de herramientas tecnológicas y sistemas de reservas propios del sector turístico.

## **4. IDENTIFICACIÓN DE LA UNIDAD DIDÁCTICA**

La unidad didáctica seleccionada recibe el nombre de '**Análisis de las nuevas tecnologías aplicadas al sector turístico**' perteneciente al módulo de Marketing Turístico del Ciclo Superior de Agencias de Viajes y Gestión de Eventos correspondiente a la familia de Hostelería y Turismo.



Esta unidad didáctica tiene un enfoque sobre el impacto de las nuevas tecnologías en el marketing turístico y las diferentes aplicaciones que se utilizan en el sector turístico. Los estudiantes aprenderán cómo estas tecnologías pueden mejorar la eficiencia de las empresas turísticas, la experiencia del usuario y el aumento de la visibilidad y reputación del destino.

El módulo “Marketing turístico”, según la Orden del 13 de octubre de 2010 se imparte en el primer curso, contiene 7 unidades didácticas, consta de 192 horas, repartidas en 6 horas semanales.

El título correspondiente a la Unidad Didáctica elegida es “Análisis de las nuevas tecnologías aplicadas al Marketing turístico”. Se imparte en el tercer trimestre y consta de 24 horas totales.

Esta unidad didáctica está situada en el tercer trimestre, por lo que los estudiantes deben tener conocimientos de Marketing Turístico y pueden continuar enriqueciendo los conocimientos y seguir adquiriendo información de nuevos conceptos.

**Tabla 4: Elementos que componen el Ciclo Formativo ‘Agencias de viajes y gestión de eventos’.**

**Denominación:** *Agencia de Viajes y Gestión de Eventos.*

**Nivel:** *Formación Profesional de Grado Superior.*

**Especialidad:** *Hostelería y Turismo.*

**Duración:** *2.000 horas*

**Módulo:** *Marketing Turístico.*

**Unidad Didáctica:** *Análisis de las nuevas tecnologías aplicadas al Marketing Turístico.*

**Fuente:** *Elaboración propia a partir de la Orden de 13 de octubre de 2010.*

En la siguiente tabla se exponen las unidades didácticas del módulo “Marketing Turístico” y se destaca la unidad didáctica 6 que voy a desarrollar:

**Tabla 5: Unidades didácticas del Módulo Profesional “Marketing Turístico**

UNIDAD DIDÁCTICA	SESIONES (HORAS)	TRIMESTRE
Unidad 1: Introducción al marketing turístico.	RA1 (24 horas)	Primero
Unidad 2: Investigación del mercado. El consumidor.	RA6 (18 horas)	Primero
Unidad 3: Caracterización del plan de marketing	RA5 (20 horas)	Primero
Unidad 4: Interpretación de la segmentación de mercados turísticos.	RA2 (25 horas)	Primero
Unidad 5: Identificación del marketing mix y sus elementos:  Producto Precio y distribución Comunicación	RA3 (60 horas)	Segundo
<b>Unidad 6: Análisis de las nuevas tecnologías aplicadas al Marketing Turístico.</b>	<b>RA4 (24 horas)</b>	<b>Tercero</b>
Unidad 7: Caracterización de los criterios de consumismo.	RA7 (21 horas)	Tercero

**Fuente: Elaboración propia a partir de la Orden de 13 de octubre de 2010**

## 5. OBJETIVOS

Según la Orden del 13 de octubre de 2010 por lo que se desarrolla el currículo correspondiente al Técnico Superior en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos, el desarrollo de este ciclo ha de contribuir a que el alumnado adquiera los siguientes objetivos del ciclo (generales) y del módulo (específicos) así como de la unidad didáctica que se detallan a continuación:

### 5.1. Objetivos generales

Los objetivos generales que se establece en la Orden del 13 de octubre de 2010 y se pretenden alcanzar en el módulo de Marketing Turístico se detallan a continuación:

**Tabla 6: Objetivos generales del módulo profesional “Marketing Turístico”.**

a) Identificar y seleccionar información sobre los consumidores, la competencia y la evolución del sector aplicando las técnicas de investigación apropiadas para reconocer las oportunidades de negocio.

b) Analizar información sobre proveedores de servicios, estándares de calidad, precios de mercado y demanda de clientes aplicando procedimientos establecidos y la normativa vigente para programar y ofertar viajes combinados y otros servicios turísticos complejos.

c) Analizar información sobre el mercado de reuniones y demanda de clientes determinando los recursos propios y ajenos y las necesidades de coordinación para programar y ofertar servicios para congresos, convenciones, ferias y otros eventos.

e) Analizar las herramientas y estrategias del marketing reconociendo sus fases y aplicaciones para proponer programas de promoción, comunicación y distribución.

f) Seleccionar servicios turísticos y análogos identificando las necesidades, motivaciones y expectativas de los consumidores para asesorar y proponer la mejor alternativa al cliente, empleando al menos dos idiomas extranjeros.

n) Reconocer e identificar posibilidades de negocio, analizando el mercado y estudiando la viabilidad de los proyectos para mantener el espíritu empresarial.

**Fuente: Elaboración propia a partir de la Orden de 13 de octubre de 2010.**

Los objetivos generales que se contribuyen a alcanzar desde el módulo ‘Marketing Turístico’ y concretamente desde la Unidad Didáctica ‘Análisis de las nuevas tecnologías aplicadas al Marketing Turístico’ son los siguientes: **a, b, e, f.**

### 5.2. Objetivos específicos/ Resultados de Aprendizaje

Los objetivos específicos son metas más concretas y detalladas que se establecen para alcanzar un objetivo general. Estos objetivos proporcionan claridad sobre las acciones

específicas que deben llevarse a cabo y los resultados que se desean obtener.

Según la Orden de 13 de octubre de 2010, los resultados de aprendizaje para el Módulo Profesional ‘Marketing Turístico’ se detallan a continuación, siendo el **RA4** el que se pretende alcanzar con la Unidad Didáctica:

**Tabla 7: Resultados de Aprendizaje del Módulo Profesional Marketing Turístico.**

1. Caracteriza el marketing turístico reconociendo los elementos básicos que lo componen.
2. Interpreta la segmentación del mercado y el posicionamiento del producto-servicio reconociendo datos cuantitativos y cualitativos.
3. Identifica los elementos del marketing-mix reconociendo su aplicación en el sector turístico.
<b>4. Aplica las nuevas tecnologías en el marketing turístico analizando sus aplicaciones y oportunidades en el desarrollo de políticas de dicho marketing.</b>
5. Caracteriza el plan de marketing relacionándolo con los diversos tipos de empresa y productos-servicios.
6. Reconoce el proceso de decisión de compra de los consumidores analizando sus motivaciones y necesidades.
7. Caracteriza los criterios del «consumerismo» relacionándolos con sociedad, marketing y ética.

**Fuente:** Elaboración propia a partir de la Orden del 13 de octubre de 2010.

### 5.3. Objetivos didácticos

Los objetivos didácticos son declaraciones claras y específicas que describen lo que los estudiantes deben ser capaces de hacer o lograr al final de una sesión de aprendizaje, una unidad o un curso completo. Estos objetivos ayudan a guiar la planificación y la enseñanza, así como a evaluar el progreso y el logro de los estudiantes.

Los objetivos didácticos que se pretenden alcanzar con esta Unidad Didáctica son:

**Tabla 8: Objetivos didácticos de la Unidad Didáctica.**

Caracterizar las nuevas tecnologías y su utilización.
Identificar las aplicaciones de las nuevas tecnologías en marketing.
Valorar la utilización de la Red para comercializar productos-servicios turísticos.
Utilizar las aplicaciones ofimáticas de base de datos.
Valorar la importancia de la legislación sobre la protección de datos.

Reconocer la aplicación de una base de datos para la investigación comercial y para crear una ventaja competitiva.

Determinar los factores que influyen en el marketing directo.

Establecer las pautas para el desarrollo de una estrategia de marketing directo combinado.

**Fuente: Elaboración propia**

## **6. COMPETENCIAS**

El Real Decreto 1254/2009, de 24 de julio establece que el perfil profesional del título de Técnico Superior en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos queda determinado por su competencia general, sus competencias profesionales, personales y sociales, y por la relación de cualificaciones y, en su caso, unidades de competencia del Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales incluidas en el título.

### **6.1. Competencia general**

Según el artículo 4 del Real Decreto 1254/2009, de 24 de Julio, la competencia general de este título consiste en programar y realizar viajes combinados y todo tipo de eventos, vender servicios turísticos en agencias de viajes y a través de otras unidades de distribución, proponiendo acciones para el desarrollo de sus programas de marketing y asegurando la satisfacción de los clientes.

### **6.2. Competencias profesionales, personales y sociales**

Las competencias profesionales, personales y sociales del Ciclo Formativo que contribuyen a alcanzar el Módulo Profesional 'Marketing Turístico' en la Orden del 13 de octubre de 2010 y en el Real Decreto 1254/2009, del 24 de julio son las siguientes:

#### **Tabla 9: Competencias del Módulo Profesional 'Marketing Turístico'**

a) Analizar el mercado turístico para conocer las necesidades de los consumidores, las estrategias de los competidores y la evolución del sector, con objeto de encontrar oportunidades de negocio.

b) Programar y ofertar viajes combinados y otros servicios turísticos complejos que se adecúen en calidad, tiempo y precios a las demandas del cliente.

c) Programar y ofertar servicios para congresos, convenciones, ferias y otros eventos, que se adecúen a las expectativas y necesidades de los clientes.

e) Proponer programas de promoción y comunicación, así como canales de distribución, para dar a conocer la oferta de la empresa al mercado, controlando la efectividad de los mismos.

f) Asesorar y proponer al cliente diferentes alternativas de servicios turísticos y análogos, interpretando sus solicitudes y calibrando sus necesidades, para cubrir sus expectativas.

j) Poner en funcionamiento un servicio postventa aparejado a la oferta y atender el cliente para dar respuesta a sus solicitudes y/o reclamaciones asegurando su satisfacción y la calidad de los servicios.

**Fuente: Real Decreto 1254/2009 de 24 de julio.**

De todas las competencias específicas enmarcadas en el Módulo Profesional ‘Marketing Turístico’ se pretenden alcanzar en mi Unidad Didáctica las siguientes: **e, f.**

### 6.3. Cualificaciones profesionales

Dentro del ciclo de Agencias de Viajes y Gestión de Eventos, asociado al módulo de Marketing Turístico, se pueden obtener diferentes cualificaciones profesionales relacionadas con el área de marketing y promoción turística. Según el artículo 6 del Real Decreto 1254/2009, del 24 de julio son:

**Tabla 10: Relación de cualificaciones y unidades de competencia incluidas en el título.**

Relación de cualificaciones profesionales y unidades de competencia del Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales incluidas en el título.	
	<p>a) Venta de servicios y productos turísticos HOT095_3 (R.D. 295/2004, de 20 de febrero), que comprende las siguientes unidades de competencia:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- UC0266_3: Vender servicios turísticos y viajes.</li> <li>- UC0267_2: Desarrollar la gestión económico-administrativa de agencias de viajes.</li> </ul>

<p><b>1. Cualificaciones profesionales completas:</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- UC0268_3: Gestionar unidades de información y distribución turísticas.</li> <li>- UC1057_2: Comunicarse en inglés, con un nivel de usuario independiente, en las actividades turísticas.</li> </ul> <p>b) Creación y gestión de viajes combinados y eventos HOT330_3 (R.D. 1700/2007, de 14 de diciembre), que comprende las siguientes unidades de competencia:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- UC1055_3: Elaborar y operar viajes combinados, excursiones y traslados.</li> <li>- UC1056_3: Gestionar eventos.</li> <li>- UC0268_3: Gestionar unidades de información y distribución turísticas.</li> <li>- UC1057_2: Comunicarse en inglés, con un nivel de usuario independiente, en las actividades turísticas.</li> </ul>
<p><b>2. Cualificaciones profesionales incompletas:</b></p>	<p>a) Promoción turística local e información al visitante HOT0336_3 (R.D. 1700/2007, de 14 de diciembre).</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- UC0268_3: Gestionar unidades de información y distribución turísticas.</li> <li>- UC1057_2: Comunicarse en inglés, con un nivel de usuario independiente, en las actividades turísticas.</li> <li>- UC1074_3: Gestionar información turística.</li> </ul> <p>b) Guía de turistas y visitantes. HOT335_3 (R.D. 1700/2007, de 14 de diciembre).</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- UC1069_3: Interpretar el patrimonio y bienes de interés cultural del ámbito de actuación a turistas y visitantes.</li> <li>- UC1070_3: Interpretar espacios naturales y otros bienes de interés natural del ámbito de actuación a turistas y visitantes.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- UC1072_3: Comunicarse en inglés, con un nivel de usuario competente, en los servicios turísticos de guía y animación.</li> <li>- UC1073_3: Comunicarse en una lengua extranjera distinta del inglés, con un nivel de usuario competente, en los servicios turísticos de guía y animación.</li> </ul>
--	---

**Fuente: Elaboración propia a partir del Real Decreto 1254/2009, de 24 de junio.**

Según la correspondencia de las unidades de competencia acreditadas de acuerdo a lo establecido en el Artículo 8 de la Ley Orgánica 5/2002, de 19 de junio, la cualificación profesional al **módulo profesional 0173. Marketing turístico** está asociada a la unidad de competencia: **UC1074\_3: Gestionar información turística.**

## 7. CONTENIDOS DE LA UNIDAD DIDÁCTICA

### 7.1. Contenidos básicos

Los contenidos se refieren a los aspectos que se van a trabajar durante el proceso enseñanza-aprendizaje. Los contenidos son los componentes fundamentales del currículo y están diseñados para impartir conocimientos, habilidades y competencias relacionadas con un área.

Los contenidos básicos de la unidad didáctica **“Análisis de las nuevas tecnologías aplicadas al marketing turístico”** según la Orden del 13 de Octubre de 2010 por los que se establece el título de Técnico Superior en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos, son los siguientes:

**Tabla 11: Contenidos básicos del Módulo Profesional**

<b>1. Caracterización del marketing turístico.</b>
<b>2. Interpretación del proceso de decisión en el consumidor.</b>
<b>3. Caracterización del plan de marketing.</b>



<b>4. Interpretación de la segmentación de mercados turísticos.</b>
<b>5. Identificación del marketing- mix y sus elementos.</b>
<b>6. Análisis de las nuevas tecnologías aplicadas al marketing turístico.</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Marketing directo en turismo y nuevas tecnologías. Desarrollo y expansión. Factores que le influyen. Materiales de soporte y de desarrollo de políticas de marketing directo.</li> <li>- Marketing en internet. Evolución, elementos y principios.</li> <li>- Legislación sobre la protección de datos.</li> </ul>
<b>7. Caracterización de los criterios del consumerismo</b>

**Fuente: Elaboración propia a partir de la Orden del 13 de Octubre de 2010**

### 7.2. Contenidos didácticos

Los contenidos didácticos se adaptan a los objetivos de aprendizaje y al nivel educativo de los estudiantes, y suelen presentarse de manera secuencial y progresiva para facilitar la asimilación y aplicación de los conocimientos

A continuación, se presentará la organización de los contenidos didácticos dentro de la Unidad Didáctica. Se han organizado con la siguiente estructura con el fin de facilitar el aprendizaje y la comprensión de los estudiantes.

**Tabla 12: Contenidos didácticos de la Unidad Didáctica.**

<b>UNIDAD 6</b>	<b>ANÁLISIS DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS APLICADAS AL MARKETING TURÍSTICO.</b>
<b>6.1.</b>	<b>Marketing en internet</b>
	6.1.1 Evolución del marketing en Internet: Del tradicional al digital
	6.1.2 Elementos clave del marketing en Internet.
	6.1.3 Principios fundamentales del Marketing.
<b>6.2.</b>	<b>Estrategias de Marketing Directo en Turismo: Potenciando el crecimiento con nuevas tecnologías.</b>
	6.2.1 Proceso de desarrollo de estrategias y expansión.

	6.2.2. Factores que le influyen.
	6.2.3. Herramientas y recursos para el desarrollo de políticas efectivas.
<b>6.3.</b>	<b>Fundamentos de las bases de datos.</b>
	6.3.1 Objetivos, funciones, elaboración y mantenimiento.
	6.3.2 Legislación sobre la protección de datos.

Fuente: Elaboración propia.

### 7.3. Contenidos transversales

Los contenidos transversales son aquellos que se integran de manera horizontal en el currículo educativo, traspasando las asignaturas específicas y abarcando temáticas y habilidades que son relevantes en distintos contextos de aprendizaje. Estos contenidos buscan desarrollar competencias y valores fundamentales para el desarrollo integral de los estudiantes.

Durante el proceso de enseñanza-aprendizaje de la unidad didáctica, es muy importante adquirir los contenidos propios de la unidad. Además, deberán incluirse contenidos y actividades para 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).

- ✚ **Educación para la igualdad.** Durante las clases el alumnado tendrá los mismos derechos y oportunidades, independientemente de su sexo, de su raza, por lo que la clase estará representada por un clima de respeto.
- ✚ **Educación para la paz.** El principal objetivo es que el alumnado desarrolle madurez tanto personal, como social y moral con el fin de adquirir la suficiente capacidad para resolver conflictos con respeto, tolerancia y sin usar la violencia. Este tema será desarrollado en todos los trabajos y actividades que se desarrollen durante la clase, independientemente de su índole.
- ✚ **Educación para el consumo.** Con este contenido, los alumnos adquieren conocimientos, habilidades y actitudes necesarias para tomar decisiones informadas y responsables como consumidores. Durante las explicaciones de clase, se promoverá el consumo consciente,

crítico y sostenible, fomentando la capacidad de evaluar y seleccionar productos y servicios de manera reflexiva.

- ✚ **Cultura andaluza.** Se tendrá muy presente durante todas las clases. Cuando se decidan actividades siempre se priorizarán ideas de marketing relacionadas con Andalucía, se utilizarán ejemplos de empresas andaluzas con el fin de promocionar Andalucía...
- ✚ **Uso de las TIC's.** Gran parte de los contenidos y actividades requieren del uso de las TIC's, instrumento que está en el día a día del alumnado y le ayuda a promover su motivación para el aprendizaje significativo.

## 8. INTERDISCIPLINARIEDAD

*Van Der Linde, (2007)* define interdisciplinariedad como una estrategia pedagógica que implica la interacción de varias disciplinas, entendida como el diálogo y la colaboración de éstas para lograr la meta de un nuevo conocimiento.

La unidad didáctica **“Análisis de las nuevas tecnologías aplicadas al sector turístico”** se relaciona con otros contenidos de los diferentes módulos profesionales correspondientes al ciclo formativo “Agencias de Viajes y gestión de Eventos” por lo que se debe tener conocimientos sobre materias diferentes tales como:

- ✚ **Inglés.** Este ciclo formativo se oferta en español y en español-inglés con el fin de que el alumnado pueda desarrollar los conocimientos en otro idioma y practicarlo de forma adecuada. Además, es necesario tener conocimientos de cierto vocabulario en inglés para definir algunas terminologías del marketing turístico.
- ✚ **Destinos turísticos.** Es esencial que el alumnado conozca los destinos turísticos relevantes que existen a nivel mundial. De esta forma, tendrán mayor facilidad para para diseñar la estrategia adecuada para el cliente.
- ✚ **Estructura del mercado turístico.** Es imprescindible que el alumnado tenga conocimientos sobre el mercado turístico, sus principales características, saber cómo analizarlo. De esta forma, podrá diseñar estrategias de marketing para los

distintos productos turísticos que se vayan a ofertar.

## 9. METODOLOGÍA

### 9.1. Principios metodológicos

Los principios metodológicos son los fundamentos teóricos y prácticos que guían la planificación, desarrollo y evaluación de los procesos de enseñanza y aprendizaje. Estos principios proporcionan directrices generales para diseñar estrategias educativas efectivas.

- **Aprendizaje significativo.** Este tipo de aprendizaje es más efectivo cuando los estudiantes relacionan de forma activa los nuevos conocimientos con sus experiencias previas construyendo significado a partir de ellos. Este enfoque se centra en promover la comprensión profunda y duradera, en lugar de simplemente memorizar información de manera superficial. Con este aprendizaje pretendemos que el alumno relacione los conocimientos que ya tiene, con los implantados mediante la nueva unidad didáctica, así como con ejemplos prácticos descritos en las actividades y las experiencias reales incluidas en el visionado de documentales y en los debates.
- **Motivación.** Es la estrategia y enfoque utilizado para mantener a los estudiantes interesados, comprometidos y entusiasmados con el proceso de aprendizaje. Si el estudiante está motivado, realizará las actividades encomendadas de forma correcta. Esta motivación se conseguirá realizando actividades prácticas, visualizando videos, haciendo debates y a través de la propia investigación del alumnado para construir conocimientos nuevos.
- **Aprendizaje interdisciplinar.** Es un enfoque educativo que busca integrar diferentes disciplinas y áreas de conocimiento en el proceso de aprendizaje. En lugar de abordar los contenidos de manera aislada, el aprendizaje interdisciplinar busca establecer conexiones y relaciones entre las diferentes disciplinas, fomentando una comprensión más completa y profunda de los temas y problemas abordados. Mediante las actividades prácticas, el alumno podrá interpretar y relacionar los contenidos con los ejemplos prácticos que se muestran en

las sesiones.

- **Creatividad.** Fomentar la creatividad a través del trabajo colaborativo puede ser muy efectivo. Durante las clases se asignarán proyectos grupales que requieran colaboración y trabajo en equipo. Esto les permitirá combinar ideas y perspectivas diferentes y estimularán la creatividad.
- **Aprendizaje funcional.** Los estudiantes adquieren y aplican conocimientos de manera más efectiva cuando pueden relacionarlos con situaciones y contextos de la vida real. En clase los estudiantes realizarán actividades que aborden problemas que los estudiantes puedan encontrar en el mundo laboral.

## 9.2. Métodos didácticos

Los métodos didácticos son estrategias y técnicas utilizadas para facilitar el proceso de enseñanza y aprendizaje. Estos métodos están diseñados para promover la participación activa de los estudiantes, fomentar su comprensión y aplicar los conocimientos de manera significativa. Durante el desarrollo de la unidad didáctica se llevarán a cabo los siguientes:

- **Método expositivo-participativo.** Durante las clases se transmitirán conocimientos de manera verbal, presentando información de forma organizada y estructurada a través de un PowerPoint. Los estudiantes serán receptores pasivos de la información y el docente estará interactuando de forma continua durante el desarrollo de las explicaciones de los contenidos con el alumnado.
- **Método de indagación.** Este método se trabajará con el desarrollo de la actividad 1 propuesta en la que se fomentará el aprendizaje activo, la capacidad de investigación y el pensamiento crítico del alumnado.
- **Aprendizaje basado en juegos (ABJ):** Este tipo de aprendizaje se trabajará en la actividad 2 con la elaboración de un cuestionario realizado con la herramienta Educa Play con el fin de conseguir un aprendizaje divertido, motivador y significativo en los estudiantes. De esta forma, el docente podrá comprobar y asegurarse de la

consolidación de los conocimientos en el alumnado sobre la información aportada en el visionado del video.

- **Aprendizaje colaborativo.** En clase se establecerá un ambiente de confianza y respeto. Los estudiantes realizarán actividades de gran grupo o se dividirán en pequeños grupos con el fin de lograr alcanzar el mismo objetivo común: la realización de las actividades y la asimilación de los conceptos.

### **9.3. Actividades de enseñanza-Aprendizaje**

Las actividades de enseñanza-aprendizaje son estrategias diseñadas para promover la adquisición de conocimientos, habilidades y competencias por parte de los estudiantes que les permite alcanzar los objetivos didácticos. Estas actividades implican la participación activa de los estudiantes en el proceso de aprendizaje y están diseñadas para ser significativas, relevantes y estimulantes. Durante este trimestre se pretenden realizar actividades de diferentes tipos:

- **Actividades de iniciación-conocimientos previos-motivación:** Con este tipo de actividades el profesorado determina el punto de partida del alumnado. Se pretende despertar el interés del alumnado sobre la materia impartida, su motivación y de esta forma permitirle descubrir todo lo que sabe sobre la unidad didáctica.
- **Actividades de desarrollo:** Este tipo de actividades tienen como finalidad que el alumnado trabaje los contenidos didácticos de la unidad, promoviendo en ellos una actitud activa en su proceso de aprendizaje. Deben estar enfocadas a que los alumnos lleven a cabo un aprendizaje significativo, por tanto, a que construyan conceptos, así como a que desarrollen las competencias y destrezas necesarias, especialmente las asociadas a la unidad didáctica.  
En definitiva, se realizan para que el alumno desarrolle y entienda los contenidos expuestos en la unidad didáctica, mediante actividades por grupos en clase, debates, investigación, etc.

- **Actividades de aplicación y consolidación:** Son actividades orientadas a que el alumno aplique lo aprendido. El objetivo es que el alumno consolide las ideas principales de la teoría propuesta en clase.

Las actividades de apoyo se utilizan para atender a la diversidad del alumnado por lo que se desarrollarán:

- **Actividades de refuerzo:** Van dirigidas a los alumnos y alumnas con mayor dificultad para alcanzar los mismos objetivos que el resto del grupo. Durante las clases, se les proporcionarán actividades extras para reforzar los conceptos al estudiante que lo requiera.
- **Actividades de ampliación:** Este tipo de actividades permiten continuar construyendo conocimientos o profundizar en ellos al alumnado que supera con facilidad los objetivos propuestos y que ha realizado satisfactoriamente las actividades programadas. Para los estudiantes que realicen todas las actividades y quieran seguir consolidando contenidos dispondrán de actividades voluntarias.
- **Actividades de evaluación:** Aunque toda actividad es susceptible de ser evaluada, es decir, cualquiera de las actividades propuestas para el aprendizaje puede ser tomada como referencia para la evaluación, las actividades de evaluación suelen estar muy ligadas a las actividades de desarrollo. Podemos decir que, en cada unidad didáctica existen determinadas actividades con claro carácter evaluador. Este tipo de actividades se plantean como forma de conocer el nivel de aprendizaje del alumnado. Se puede evaluar mediante diferentes herramientas como pueden ser: cuestiones orales o escritas, actividades propuestas durante las sesiones.

Las actividades propuestas para desarrollar en la unidad didáctica son las siguientes:

**Tabla 13: Clasificación de las actividades**

<b>Actividades de iniciación- conocimientos previos- motivación</b>	Lluvia de ideas Clases expositivas-explicativas
<b>Actividades de desarrollo</b>	Actividad 1 “Investigando” Actividad 2 “Seducir al consumidor” Actividad 3 “ Protección de datos de los clientes en la plataforma de ‘Booking’
<b>Actividades de aplicación y consolidación</b>	Cuestionarios
<b>Actividades de refuerzo</b>	Actividades extra a los alumnos que así lo necesiten
<b>Actividades de ampliación</b>	Actividades extra para los alumnos que hayan realizado todas las actividades propuestas y quieran seguir haciendo
<b>Actividades de evaluación</b>	Examen tipo test

**Fuente: Elaboración propia**

A continuación, se describen con más detalle las actividades previstas para esta unidad didáctica:

<b>TABLA 14: ACTIVIDAD 1. INVESTIGANDO</b>	
<b>6.1 Marketing en internet</b>	
<b>Descripción</b>	<p>Se le asignará a cada grupo una etapa clave en la evolución del marketing en internet, como los primeros sitios web, el surgimiento de las redes sociales, el auge del comercio electrónico... etc.</p> <p>Cada grupo debe investigar sobre la etapa asignada, recopilando información sobre los eventos y avances tecnológicos que impulsaron el desarrollo del marketing en internet en ese período.</p> <p>Los grupos deben preparar una presentación para compartir sus hallazgos con la clase, destacando los cambios y oportunidades que surgieron en el sector de las agencias de</p>



	<p>viajes.</p> <p>Seguidamente, expondrán a sus compañeros y compañeras su trabajo durante 15 min cada grupo.</p> <p>Al final de cada exposición tanto el docente como el resto de estudiantes podrán realizar preguntas en caso de dudas.</p>	
<b>Temporalización</b>	La actividad se realizará en dos sesiones de 2 horas.	
<b>Criterios de evaluación:</b> a, b		
<b>Recursos:</b> Ordenador con internet, PowerPoint, libro de texto	<b>Espacio:</b> Aula de informática	<b>Agrupamiento:</b> Grupo de 4 personas

Fuente: Elaboración propia

**TABLA 15: ACTIVIDAD 2. 'SEDUCIR AL CONSUMIDOR'**

<b>6.2.</b>	<b>Estrategias de Marketing Directo en Turismo: Potenciando el crecimiento con nuevas tecnologías.</b>
<b>Descripción</b>	<p>La actividad consistirá en el visionado en clase de un documental llamado ¿Por qué compramos? Seducir al consumidor, la noche temática.</p> <p>Este documental explica estrategias de marketing muy novedosas para atraer a los clientes a través de todas las vías posibles tales como el olfato, el sonido o el olor.</p> <p>Seguidamente, para una mejor consolidación de los</p>

	<p>conocimientos, se utilizará en clase una herramienta de gamificación, desarrollada en el anexo, en la que los estudiantes a la misma vez que se divierte a través del juego, fijarán con mayor facilidad conceptos importantes relacionados con el video que se ha visualizado.</p> <p>Por último, los estudiantes deberán imaginarse que son empresarios y deberán identificar ideas del documental para implementarlas en una empresa relacionada con el turismo que elijan mencionando posibles propuestas de marketing y materiales de soporte.</p> <p>Seguidamente, expondrán a sus compañeros y compañeras su trabajo durante 15 min cada grupo.</p> <p>Al final de cada exposición tanto el docente como el resto de estudiantes podrán realizar preguntas en caso de dudas.</p>	
<b>Temporalización</b>	La actividad se realizará en 1 sesión de 2 horas otra sesión de 1 hora.	
<b>Criterios de evaluación:</b> c, g		
<b>Recursos:</b> Proyector, Ordenador con internet, youtube, libro de texto, PowerPoint	<b>Espacio:</b> Aula de informática	<b>Agrupamiento:</b> Gran grupo/ Grupo de 4 personas

**Fuente:** Elaboración propia

**TABLA 16: ACTIVIDAD 3. PROTECCIÓN DE DATOS DE LOS CLIENTES EN BOOKING**

6.3	Fundamentos de las bases de datos.
<p><b>Descripción</b></p>	<p>Preparación: Los estudiantes se dividirán en grupos de 4 personas.</p> <p>Después de las explicaciones sobre la importancia de la protección de datos en la era digital y cómo se aplica específicamente a la plataforma Booking.com, los estudiantes se encuentran familiarizados con los términos y conceptos clave relacionados con la protección de datos, como datos personales, consentimiento, privacidad y seguridad.</p> <p>Se llevará a cabo en clase un debate:</p> <p>Cada grupo deberá analizar y discutir los diferentes aspectos relacionados con la protección de datos de los clientes en Booking.com.</p> <p>Los estudiantes deben presentar argumentos tanto a favor como en contra de la forma en que se manejan los datos de los clientes en la plataforma.</p> <p>Cada grupo abordará alguno de los siguientes temas: la recopilación y almacenamiento de datos personales, el consentimiento del cliente, el acceso y control de los datos, la seguridad de la información y las políticas de privacidad.</p> <p><b>Preguntas guía para el debate:</b></p> <p>¿Cómo se recopilan y utilizan los datos personales de los</p>

	<p>clientes en Booking.com?</p> <p>¿Qué medidas de seguridad se implementan para proteger los datos de los clientes en la plataforma?</p> <p>¿Qué tipo de consentimiento se solicita a los usuarios y cómo se gestiona?</p> <p>¿Existe transparencia suficiente sobre las políticas de privacidad y el uso de los datos en Booking.com?</p> <p>¿Qué ventajas y desventajas tiene la recopilación de datos para la experiencia del cliente y para la empresa?</p> <p>¿Qué implicaciones éticas surgen en relación con la protección de datos en Booking.com?</p>	
<b>Temporalización</b>	La actividad se realizará en 1 sesión de 2 horas	
<b>Criterios de evaluación: e</b>		
<b>Recursos: libro de texto, proyector</b>	<b>Espacio:</b> Clase habitual	<b>Agrupamiento:</b>  Grupos de 4 personas

**Fuente: Elaboración propia**

#### 9.4. Recursos didácticos

Los recursos didácticos son herramientas y materiales que se utilizan en el proceso de enseñanza y aprendizaje para facilitar la comprensión, promover la participación y enriquecer la experiencia educativa de los estudiantes. Los que se utilizarán en clase son los siguientes:

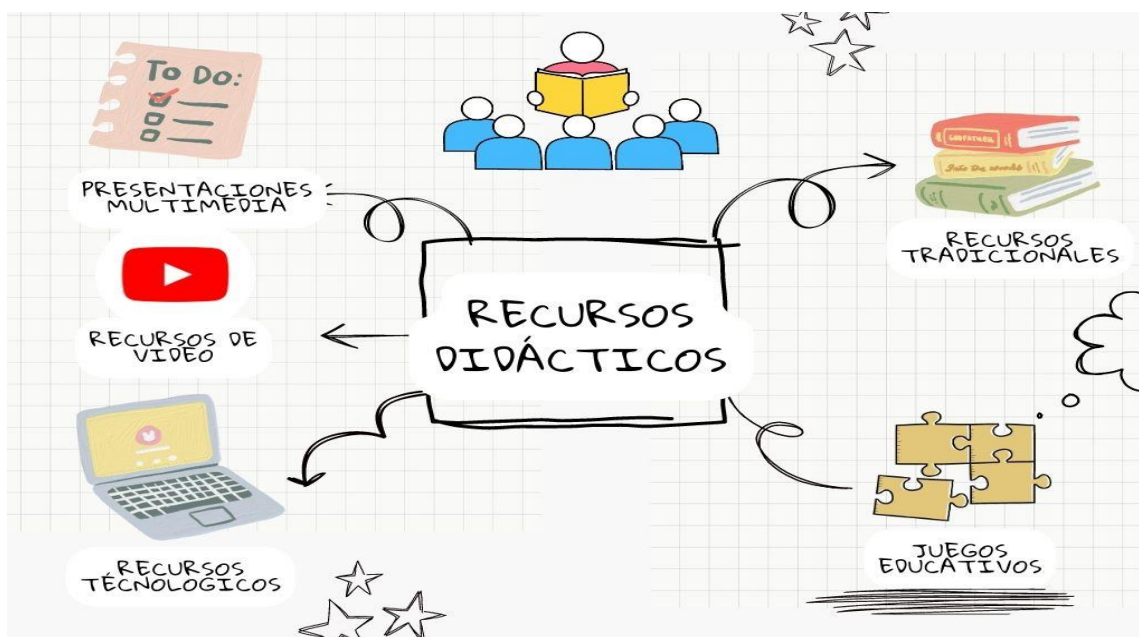
### Recursos digitales:

- ✚ **Presentaciones multimedia:** Para las clases expositivas-participativas el docente utilizará como herramienta de apoyo Microsoft PowerPoint.
- ✚ **Recursos de video:** Los estudiantes visionarán un video explicativo en Youtube con el fin de introducir nuevos conceptos.
- ✚ **Juegos educativos:** Para la consolidación de conocimientos en el alumnado se propondrá la realización de cuestionarios creados con herramientas como educa-play y kahoot.
- ✚ **Recursos tecnológicos:** Ordenador con conexión a internet, proyector, material audiovisual.

### Recursos tradicionales:

- Libro de texto, bolígrafo, cuaderno, pizarra y rotuladores.

Tabla 17: Recursos didácticos para la unidad didáctica.



Fuente: Elaboración propia con Canva.

### 9.5. Organización: tiempo, espacio y agrupamiento

La organización del tiempo, el espacio y el agrupamiento son aspectos fundamentales para optimizar el proceso de enseñanza y aprendizaje en el entorno educativo.

**Tabla 18: Organización, tiempo y espacio**

	TIEMPO	ESPACIO	AGRUPAMIENTO
<b>1ª SEMANA</b>			
<i>1ª SESIÓN: 2H</i>	Lluvia de ideas: 30 min Método expositivo-participativo: 1h	Aula de clase	Gran grupo
<i>2ª SESIÓN: 2H</i>	Actividad 1 Instrucciones y distribución de grupos: 30 min Búsqueda de información: 90 min	Aula de informática	Grupos de 4 personas
<i>3ª SESIÓN: 2H</i>	Actividad 1 Continuación preparación: 1 hora Exposición: 1 hora 15min/grupo	Aula de informática	3 grupos en total de 4 personas/grupo
<b>2ª SEMANA</b>			
<i>4ª SESIÓN: 2H</i>	Método expositivo-participativo: 60 min Actividad 2: visionado del video: 1 hora	Aula de clase	Gran grupo
<i>5ª SESIÓN: 2H</i>	Cuestionario Educa Play: 15min Preparación actividad: 45h Exposición: 1 hora	Aula de informática	Gran grupo Grupos de 4 personas
<i>6ª SESIÓN: 2H</i>	Repaso: 1 hora Realización cuestionario en Kahoo: 30 min Corrección en clase y resolución de dudas: 30 min	Aula de clase	Gran grupo Individual Gran grupo
<b>3ª SEMANA</b>			
<i>7ª SESIÓN: 2H</i>	Clase expositiva-participativa: 2h	Aula de clase	Gran grupo

8ª SESIÓN: 2H	Clase expositiva-participativa: 1.5 hora  Actividad 3: Explicación Debate: 30 min	Aula informática	Grupo de 4 personas
9ª SESIÓN: 2H	Debate: 2h.	Aula de clase	Gran grupo/individual
<b>4ª SEMANA</b>			
10ª SESIÓN: 2H	Repaso general y aclaración de dudas. 2h	Aula de clase	Gran grupo
11ª SESIÓN: 2H	Prueba escrita: 2h	Aula de clase	Individual
13ª SESIÓN: 2H	Notas del examen y explicación del mismo a quien lo necesite.	Aula de clase	Gran grupo/Individual
TOTAL: 24H			

Fuente: Elaboración propia

## 10. TEMPORALIZACIÓN / SECUENCIACIÓN

La unidad didáctica está formada por un total de 24 horas distribuidas en 3 sesiones semanales (lunes, miércoles y jueves) con una duración de 2 horas cada día.

**Tabla 19: Secuenciación de las sesiones de la Unidad Didáctica**

SEMANAS	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES
1º	Lluvia de ideas  Clase expositiva-participativa		Actividad 1	Actividad 1  Exposición	
2º	Clase expositiva-participativa  Actividad 2		Cuestionario Educa Play  Actividad 2  Exposición	Repaso  Cuestionario Kahoo  Aclaración dudas	
3º	Lluvia de ideas  Clase expositiva-participativa		Clase expositiva-participativa	Debate	

			Debate		
4º	Repaso general		Prueba escrita	Notas y corrección en clase de examen	

**Fuente: Elaboración propia**

La unidad didáctica se daría durante 4 semanas repartidas de la siguiente forma:

**SEMANA 1:**

- **1º sesión:** Se realizará una lluvia de ideas inicial de forma grupal con una duración de **30 minutos** con el fin de comprobar el conocimiento que tiene el alumnado sobre el marketing. Durante los 90 minutos restantes se comenzará utilizando el método expositivo-participativo con ayuda de una presentación en PowerPoint para explicar el primer contenido de la unidad didáctica.
- **2º sesión:** Se desarrollará en el **aula de informática**. Se explicará en clase la **actividad 1** a realizar relacionada con los contenidos del primer punto que se ha explicado en la sesión anterior y se resolverán dudas surgidas. Durante el tiempo restante se dejará tiempo al estudiantado para que comiencen la búsqueda de información para preparar y realizar la actividad.
- **3º sesión:** Durante la primera hora terminarán los estudiantes de preparar la actividad y se expondrá durante la segunda hora (15 min/grupo:4 personas) con un total de 3 grupos.

**SEMANA 2:**

- **4º sesión:** Se explicará con una clase expositiva-participativa el segundo apartado de los contenidos de la unidad didáctica. En la segunda parte de clase se desarrollará la **actividad 2** en la que los estudiantes visualizarán un video.
- **5º sesión:** Los estudiantes realizarán un cuestionario a través de la herramienta Educa Play que les ayudará a asimilar con mayor facilidad los temas abarcados en el



video que deberán tener para el desarrollo de la actividad y comenzarán la búsqueda de información. Seguidamente, procederán a su exposición.

- **6º sesión:** Durante la primera hora se realizará un repaso general sobre lo que se ha explicado hasta el momento. Seguidamente, el alumnado realizará un cuestionario que le ayudará a consolidar los conocimientos. Se corregirá en clase y se explicará al estudiantado las preguntas que les hayan generado dudas. Este cuestionario no tendrá ponderación en la evaluación final.

### **SEMANA 3:**

- **7º sesión:** Se comenzará con una lluvia de ideas para conocer los conocimientos previos del alumnado sobre este tema. Seguidamente, se comenzará la clase expositiva-participativa para explicar el último punto de la unidad didáctica, hablando sobre **los objetivos, funciones, elaboración y mantenimiento de las bases de datos.**
- **8º sesión:** Retomando la clase anterior, se terminará la explicación y se explicará la actividad 3 que tratará sobre un debate a realizar en grupos de 4 personas en clase sobre la protección de datos de los clientes en la página de booking.
- **9º sesión:** Se llevará a cabo el debate.

### **SEMANA 4:**

- **10º sesión:** Las dos horas de esta sesión se aprovecharán para hacer un repaso general de la unidad didáctica reforzando los puntos en los que los estudiantes tengas más dudas.
- **11º sesión:** Se realizará la prueba escrita de los contenidos correspondientes a la unidad didáctica.
- **12º sesión:** Se darán las notas obtenidas del examen y la explicación del mismo resolviendo las dudas necesarias al alumnado.

## 11. EVALUACIÓN

### 11.1. Criterios de evaluación

Los criterios de evaluación son los estándares o indicadores utilizados para medir el desempeño de los estudiantes en relación a los objetivos de aprendizaje establecidos. Estos criterios proporcionan una guía clara y objetiva para evaluar el nivel de dominio de los conocimientos, habilidades y competencias por parte de los estudiantes

Los criterios de evaluación asociados a esta unidad vienen establecidos en la Orden de 13 de octubre de 2010 y son:

**Tabla 20: Resultado de aprendizaje y criterios de evaluación**

Resultado de Aprendizaje	Criterios de Evaluación
<p>Aplica las nuevas tecnologías en el marketing turístico analizando sus aplicaciones y oportunidades en el desarrollo de políticas de dicho marketing</p>	a) Se han caracterizado las nuevas tecnologías y su utilización
	b) Se han identificado las aplicaciones de las nuevas tecnologías en marketing
	c) Se ha valorado la utilización de la Red para comercializar productos y/o servicios turísticos.
	d) Se han utilizado las aplicaciones ofimáticas de una base de datos.
	e) Se ha valorado la importancia de la legislación sobre la protección de datos.
	f) Se ha reconocido la aplicación de una base de datos para la investigación comercial y para crear una ventaja competitiva.
	g) Se han determinado los factores que influyen en el marketing directo.
	h) Se han establecido las pautas para el desarrollo de una estrategia de marketing directo combinado.

Fuente: Orden del 13 de octubre de 2010.

## 11.2. Instrumentos de evaluación

Los instrumentos de evaluación son herramientas esenciales en el ámbito educativo para medir y evaluar el progreso de los estudiantes. Estos instrumentos proporcionan información objetiva que ayuda a los docentes a comprender el nivel de aprendizaje de los estudiantes y a adaptar su enseñanza en consecuencia.

A través de la **observación directa** y el análisis de las actividades, el docente registrará de manera sistemática el comportamiento y la participación de los estudiantes durante las actividades en el aula.

En la **actividad 1** los estudiantes realizarán un trabajo de investigación que deberán exponer en clase para su evaluación.

En la **actividad 2** el alumnado realizará un cuestionario con el fin de que el docente pueda evaluar si han adquirido los conocimientos previstos y realizará un trabajo de investigación que se expondrá durante la clase para ser evaluado.

La **actividad 3** se evaluará a través de un debate realizado durante la clase.

Finalmente, se realizará una prueba escrita tipo test compuesta por 20 preguntas con 3 opciones a elegir una correcta. Las preguntas erróneas no restarán.

Las herramientas que se utilizarán para evaluar cada instrumento serán las siguientes:

La exposición de las **actividades 1 y 2** se valorará a través de la siguiente **rúbrica**:

**Tabla 21: Rúbrica**

CATEGORÍA	4 EXCELENTE	3 SATISFACTORIO	2 MEJORABLE	1 INSUFICIENTE
<b>Contenido</b>	Buen dominio del tema, sin cometer errores, no duda.	buen dominio de partes del tema. Exposición fluida, comete pocos errores.	Hace algunas rectificaciones, y a veces duda.	Continuamente rectifica. El contenido es mínimo, no muestra un conocimiento del tema.

<b>Organización de la información</b>	Información bien organizada, de forma clara y lógica.	La mayor parte de la información se organiza de forma clara y lógica, aunque de vez en cuando alguna diapositiva está fuera de lugar.	No existe un plan claro para organizar la información, cierta dispersión.	La información aparece dispersa y poco organizada.
<b>Exposición</b>	Atrae la atención del público y mantiene el interés durante toda la exposición.	Interesa bastante en principio pero se hace un poco monótono.	Le cuesta conseguir o mantener el interés del público.	Apenas usa recursos para mantener la atención del público.
<b>Expresión oral</b>	Habla claramente durante toda la presentación. Su pronunciación es correcta. Su tono de voz es adecuado.	Habla claramente durante la mayor parte de la presentación. Su pronunciación es aceptable, pero en ocasiones realiza pausas innecesarias. Su tono de voz es adecuado	Algunas veces habla claramente durante la presentación. Su pronunciación es correcta, pero recurre frecuentemente al uso de pausas innecesarias. Su tono de voz no es el adecuado.	Durante la mayor parte de la presentación no habla claramente. Su pronunciación es pobre, hace muchas pausas y usa muletillas. Su tono de voz no es adecuado para mantener el interés de la audiencia.
<b>Lenguaje no verbal</b>	Tiene buena postura, y demuestra seguridad en sí mismo durante la presentación. Establece contacto visual con todos los presentes.	Tiene buena postura la mayor parte del tiempo y establece contacto visual con todos los presentes. En ocasiones se muestra inseguro.	Algunas veces tiene buena postura y en ocasiones establece contacto visual con todos los presentes. Muestra inseguridad.	Tiene mala postura y no establece contacto visual con los presentes. Muestra gran inseguridad.
<b>Tiempo</b>	Tiempo ajustado al previsto, con un final que retoma las ideas principales y redondea la exposición.	Tiempo ajustado al previsto, pero con un final precipitado o alargado por falta de control del tiempo.	Tiempo no ajustado. Exposición excesivamente corta.	Excesivamente largo o insuficiente para desarrollar correctamente el tema

<b>Soporte</b>	La exposición se acompaña de soportes visuales especialmente atractivos y de mucha calidad (imágenes, videos...)	Soportes visuales adecuados e interesantes (imágenes, vídeos...)	Soporte visuales adecuados pero poco interesantes (imágenes, vídeos...)	Soportes visuales inadecuados.
<b>Trabajo en equipo</b>	La exposición muestra planificación y trabajo de equipo en el que todos han colaborado. Todos exponen y participan activamente.	Todos los miembros demuestran conocer la presentación global. Todos exponen, aunque hay alguna variación en la participación de los diferentes alumnos.	La exposición muestra cierta planificación entre los miembros. Todos participan, pero no al mismo nivel	Demasiado individualista. No se ve colaboración. No todos los miembros del equipo exponen

Fuente: Centro nacional de desarrollo curricular en sistemas no propietarios (CEDEC)

El debate de la **actividad 3** se valorará a través de la siguiente **lista de cotejo**:

**Tabla 22: Lista de cotejo**

ÍTEM	SÍ	NO	A VECES
Expresa sus ideas de manera tranquila, respetando el turno de palabra y sin interrumpir a otros compañeros, con un tono de voz adecuado.			
Apoya sus ideas con argumentos razonados.			
Respeto a los participantes del debate, evitando interferencias tales como ruidos o cuchicheos, apelaciones a destiempo, etc.			
Utiliza el lenguaje no verbal adecuadamente para expresarse: realiza contacto visual, y una postura adecuada.			

Practica una escucha activa, mostrando interés por otras opiniones.			
Es capaz de reconocer sus errores así como cambiar de opinión si los argumentos son adecuados.			

Fuente: Centro nacional de desarrollo curricular en sistemas no propietarios (CEDEC)

### 11.3. Criterios de calificación

El resultado de aprendizaje que se trabajará en esta unidad didáctica tendrá un peso de un 15% sobre la nota final del curso. A continuación, se detalla la tabla resumen de calificación donde se ponderan todos los criterios de evaluación de este resultado de aprendizaje:

Tabla 23: Tabla resumen de calificación

RA4	Criterios de evaluación	%	Instrumento de evaluación	Herramientas
Aplica las nuevas tecnologías en el marketing turístico analizando sus aplicaciones y oportunidades en el desarrollo de políticas de dicho marketing.	a) Se han caracterizado las nuevas tecnologías y su utilización.	12,5%	Exposición actividad 1	Rúbrica
	b) Se han identificado las aplicaciones de las nuevas tecnologías en marketing	12,5%	Exposición actividad 1	Rúbrica
	c) Se ha valorado la utilización de la Red para comercializar productos y/o servicios turísticos.	12,5%	Exposición Actividad 2	Rúbrica
	d) Se han utilizado las aplicaciones ofimáticas de una base de datos.	12,5%	Prueba escrita	Cuestionario
	e) Se ha valorado la importancia de la legislación sobre la protección de datos.	12,5%	Debate Actividad 3	Lista de cotejo
	f) Se ha reconocido la aplicación de una base de datos para la investigación comercial y para crear una ventaja competitiva.	12,5%	Prueba escrita	Cuestionario
	g) Se han determinado los factores que influyen en el marketing directo.	12,5%	Exposición Actividad 2	Rúbrica

	h) Se han establecido las pautas para el desarrollo de una estrategia de marketing directo combinado.	12,5%	Prueba escrita	Cuestionario

Fuente: Elaboración propia.

En resumen, los criterios de calificación quedan representados a partir de la siguiente tabla:

**Tabla 24: Criterios de calificación**

Criterios de calificación	%
Exposición CE: a), b), c), g)	50%
Debate CE: e)	12,5%
Prueba escrita: CE: d), f), h)	37,5%
	100%

Fuente: Elaboración propia

#### 11.4. Mecanismos de recuperación

Cuando se trata de mecanismos de recuperación para el alumnado que no ha superado el aprobado (5) en una unidad didáctica, es importante considerar enfoques pedagógicos que brinden apoyo adicional y oportunidades para mejorar el aprendizaje.

El alumnado que no supere algún instrumento podrá recuperarlo al final del trimestre en el periodo que establezca el centro.

El instrumento **exposición** el alumnado podrá recuperarlo realizando de nuevo la exposición con los puntos que debe mejorar según la retroalimentación del docente.

En cuanto al **debate**, deberá realizar una prueba escrita con preguntas relacionadas al debate.

En caso de no superar la **prueba escrita**, deberá repetirla volviéndose a estudiar las partes no superadas.

## 12. ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD

Según ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo de Educación, plantea la importancia que deben tener las bases educativas para nuestro alumnado, incluyendo en estas bases la igualdad de oportunidades y derechos, la inclusión educativa y la no discriminación, procurando de esta forma la adaptación a la diversidad de capacidades y aptitudes del alumnado.

La diversidad es una característica que todas las personas tienen. En el ámbito educativo se refiere a las diferentes necesidades que tiene el estudiantado para lograr un éxito en el proceso de aprendizaje.

Un docente debe saber atender a la diversidad en el aula para poder brindarle a cada estudiante los medios adecuados para que consigan alcanzar los mismos objetivos de aprendizaje.

Para los alumnos/as que tengan dificultades con la materia se realizarán actividades de refuerzo tales como: sesiones de resolución de dudas previas a los exámenes, organización de actividades en grupos heterogéneos donde los estudiantes con habilidades y conocimientos diferentes trabajen juntos. Esto permite que los estudiantes se apoyen mutuamente y aprendan unos de otros.

Se podrán proponer actividades de ampliación destinadas al alumnado con mayor nivel o implicación, siendo estas actividades voluntarias.

En el caso de que haya alumnado con discapacidad reconocida, se podrá realizar una adaptación no significativa: no se adaptarán objetivos, contenidos ni criterios de evaluación, pero se podrán adaptar materiales, metodología y procedimientos de evaluación estableciendo medidas concretas tales como:

- ✚ Disponibilidad de más tiempo en las actividades de evaluación.
- ✚ Proporcionar el enunciado de las actividades con más imágenes que palabras.
- ✚ Realizar exámenes donde se especifiquen mejor las preguntas, para que no les resulte tan general y puedan responder justo a lo que se está pidiendo; por ejemplo, en lugar de enunciar “explica las características”, se pide “explica las tres



características”.

- ✚ Realizar exámenes tipo test, leyendo antes el examen para asegurarse que se han comprendido todas las preguntas y las distintas opciones.
- ✚ Cambiar el modelo de examen dependiendo del problema de motricidad psicológico del alumno; por ejemplo, oral en vez de escrito.
- ✚ Proporcionar retroalimentación inmediata y frecuente sobre el desempeño y el comportamiento, destacando los logros y reforzando positivamente los esfuerzos y la mejora continua.

### 13. REFLEXIÓN, EVALUACIÓN Y CONCLUSIONES

La enseñanza y la educación son aspectos fundamentales en el desarrollo de los individuos y en la construcción de una sociedad sólida y progresiva. A lo largo de mi vida, he tenido la oportunidad de reflexionar y observar de cerca el impacto que tiene la enseñanza en las personas y cómo la educación puede transformar vidas.

En primer lugar, considero que la enseñanza va más allá de la transmisión de conocimientos y habilidades, es un proceso que implica inspirar, motivar y guiar a los estudiantes hacia un aprendizaje significativo. Un buen maestro no solo se limita a impartir información, sino que fomenta la curiosidad, el pensamiento crítico y el desarrollo de habilidades para resolver problemas. Creo firmemente en el poder de los maestros como agentes de cambio, capaces de moldear el futuro de sus estudiantes.

Por otro lado, la educación es un derecho fundamental que debería estar al alcance de todos. Desafortunadamente, existen desigualdades en el acceso a una educación de calidad en muchas partes del mundo. Esta situación limita las oportunidades de crecimiento y desarrollo de las personas, perpetuando la brecha entre los que tienen privilegios y los que no. Creo en la necesidad de promover políticas inclusivas y brindar igualdad de oportunidades a todos los estudiantes, independientemente de su origen socioeconómico, género o condición.

Además, la educación no se limita al ámbito académico. Es importante fomentar una educación integral que promueva valores éticos, sociales y emocionales. Los estudiantes deben aprender a ser ciudadanos responsables, respetuosos y solidarios. El desarrollo de habilidades socioemocionales, como la empatía y la resiliencia, es crucial para enfrentar los desafíos de la vida y construir relaciones saludables.

En resumen, la enseñanza y la educación son pilares fundamentales para el desarrollo humano y social. Creo en la importancia de los maestros como agentes de cambio y en la necesidad de promover una educación inclusiva y de calidad para todos. La educación no solo implica adquirir conocimientos, sino también desarrollar habilidades y valores que permitan a las personas crecer y contribuir positivamente a la sociedad.

## 14. BIBLIOGRAFÍA

### Referencias legislativas:

Decreto 436/2008, de 2 de septiembre, por el que se establece la ordenación y las enseñanzas de la Formación Profesional inicial que forma parte del sistema educativo. BOJA de 12 de septiembre de 2008.

Ley 17/2007, de 10 de diciembre, de Educación de Andalucía. BOJA de 26 de diciembre de 2013.

Ley Orgánica 5/2002, de 19 de junio, de las Cualificaciones y de la Formación Profesional. BOE de 20 de junio de 2002.

Ley Orgánica 3/2020, de 29 de diciembre (LOMLOE) por la que se modifica la Ley Orgánica 2/2006 de 3 de mayo de Educación (LOE).

Ley Orgánica 3/2022, de 31 de marzo, de ordenación e integración de la Formación Profesional.

Orden de 29 de septiembre de 2010, por la que se regula la evaluación, certificación, acreditación y titulación académica del alumnado que cursa enseñanzas de formación profesional inicial que forma parte del sistema educativo en la Comunidad Autónoma de Andalucía

Orden del 13 de Octubre de 2010 por el que se desarrolla el currículum correspondiente al Técnico Superior en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos BOJA de 25 de noviembre de 2010.

Real Decreto 564/2010, de 7 de mayo, por el que se modifica el Real Decreto 1558/2005, de 23 de diciembre, por el que se regulan los requisitos básicos de los Centros integrados de formación profesional. BOE de 25 de mayo de 2010.

Real Decreto 1254/2009, de 24 de julio, por el que se establece el título de Técnico Superior en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos y se fijan sus enseñanzas mínimas. BOE 5 de septiembre de 2009.

Real Decreto 1147/2011, de 29 de julio, por el que se establece la ordenación general de la formación profesional del sistema educativo. BOE de 30 de julio de 2011.

### **Bibliografía**

Van Der Linde, G. (2007). ¿Por qué es importante la interdisciplinariedad en la educación superior?

### **Webgrafía**

(17/01/2023) El turismo supuso el 61% del crecimiento de la economía española en 2022, según Exceltur. Repurado de:

<https://elpais.com/economia/2023-01-17/el-turismo-supuso-el-61-del-crecimiento-de-la-economia-espanola-en-2022-segun-exceltur.html>

Centro Nacional De Desarrollo Curricular En Sistemas No Propietarios

<https://cedec.intef.es/>

Programaciones. C.P.I.F.P. Hurtado de Mendoza, Escuela de Hostelería y Turismo, Granada

[http://www.hurtadodemendoza.es/cargadoc/programaciones/585\\_programaciones.pdf](http://www.hurtadodemendoza.es/cargadoc/programaciones/585_programaciones.pdf)

Quiénessomos. C.P.I.F.P. Hurtado de Mendoza, Escuela de Hostelería y Turismo, Granada.

<http://www.hurtadodemendoza.es/>

**ANEXOS**

[https://es.educaplay.com/recursos-educativos/15181793-secretos\\_de\\_la\\_seducion.html](https://es.educaplay.com/recursos-educativos/15181793-secretos_de_la_seducion.html)

Secretos de la Seducción
PUNTOS 0

Palabras 0/8
Página 1/1

CONSUMIDOR COMPRA DESEO EMOCION PUBLICIDAD MARCA INFLUENCIA DECISION

I	P	U	B	L	I	C	I	D	A	D
N	D	S	V	Q	A	Q	K	C	C	R
F	T	E	O	O	P	Z	R	U	O	N
L	D	O	C	U	U	A	A	D	M	U
U	U	E	E	I	M	B	I	U	P	I
E	Q	L	S	X	S	M	P	M	R	K
N	Z	A	I	E	U	I	A	C	A	R
C	M	U	T	S	O	K	O	O	U	A
I	H	E	N	F	A	H	V	N	I	J
A	D	O	M	U	X	W	S	E	I	V
A	C	E	M	O	C	I	O	N	B	V

00:23

➔
🖥