

GESTIÓN DE ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS - IES CÁNOVAS DEL CASTILLO - 2016

Datos básicos:

Año 2016

Tipo de proyecto: Nuevo

Etapa: Formación Profesional Inicial de Grado Superior

Modalidad: Gestión de alojamientos turísticos

Centro: I.E.S. Cánovas del Castillo

Código Centro: 29005977

Provincia: Málaga

Localidad: Málaga

Renovación: NO

Proyecto de tres cursos en el marco de contratos de formación y aprendizaje: NO

Nº de alumnos/as: 5

Nº de empresas: 6

Empresa	Puestos disponibles / empresa
- Álamos 27 SI	2
- El Cuartel Creativo SI	3
- Hotel Málaga Palacio Sa	3
- Makyre Eventos C2t Slu	5
- Ojeda Artieda, Luis	3
- Talento y Empleo	5
Nº Total de puestos disponibles:	21

Módulos alternancia	Horas en Alternancia	Horas Anuales
- 1º Estructura del Mercado Turístico	63:00	96:00
- 1º Gestión del Departamento de Pisos	84:00	128:00
- 1º Marketing Turístico	126:00	192:00
- 1º Recepción y Reservas	105:00	192:00
- 2º Comercialización de Eventos	72:00	84:00
- 2º Dirección de Alojamientos Turísticos	72:00	210:00
- 2º Recursos Humanos en el Alojamiento	72:00	84:00
Total horas:	594:00	

Ref.Doc.: RelProCen

Cód.Centro: 29005977

Fecha Generación: 01/04/2016 12:25:43



Responsable/Coordinador del proyecto: Soler Martínez, María Isabel
Nº Profesores/as que componen el equipo educativo del ciclo: 6
Nº Profesores/as que componen el departamento de la familia profesional: 7

Profesores implicados con destino definitivo o puesto específico

Profesor	Escobar Burgos, Antonio José
Actividades de planificación:	Ha asistido a las reuniones con las empresas para la explicación del proyecto y para la coordinación de las actividades a desarrollar por el alumnado en los centros de trabajo.
Actividades de seguimiento:	Desarrollará actividades de seguimiento del alumnado realizando visitas semanales a los alumnos/as participantes en el proyecto y estableciendo contactos telefónicos y vía e-mail tanto con los tutores laborales como con los propios alumnos/as.
Actividades de docencia:	Imparte docencia en MP de primer y segundo curso implicados en el Proyecto.
Actividades de evaluación:	Evaluará al alumnado de manera conjunta con el tutor de cada uno de los centro de trabajo. La calificación del alumnado la fijará el profesor/a en base a la información facilitada por los tutores laborales y a la evaluación realizada por el propio docente.

Profesor	Noguera Ruiz, María Estefanía
Actividades de planificación:	Ha asistido a las reuniones con las empresas para la explicación del proyecto y para la coordinación de las actividades a desarrollar por el alumnado en los centros de trabajo.
Actividades de seguimiento:	Desarrollará actividades de seguimiento del alumnado realizando visitas semanales a los alumnos/as participantes en el proyecto y estableciendo contactos telefónicos y vía e-mail tanto con los tutores laborales como con los propios alumnos/as.
Actividades de docencia:	Imparte docencia en MP de primer y segundo curso implicados en el Proyecto.
Actividades de evaluación:	Evaluará al alumnado de manera conjunta con el tutor de cada uno de los centro de trabajo. La calificación del alumnado la fijará el profesor/a en base a la información facilitada por los tutores laborales y a la evaluación realizada por el propio docente.

Profesor	Soler Martínez, María Isabel
Actividades de planificación:	Ha asistido a las reuniones con las empresas para la explicación del proyecto y para la coordinación de las actividades a desarrollar por el alumnado en los centros de trabajo.
Actividades de seguimiento:	Desarrollará actividades de seguimiento del alumnado realizando visitas semanales a los alumnos/as participantes en el proyecto y estableciendo contactos telefónicos y vía e-mail tanto con los tutores laborales como con los propios alumnos/as.
Actividades de docencia:	Imparte docencia en MP de primer y segundo curso implicados en el Proyecto.
Actividades de evaluación:	Evaluará al alumnado de manera conjunta con el tutor de cada uno de los centro de trabajo. La calificación del alumnado la fijará el profesor/a en base a la información facilitada por los tutores laborales y a la evaluación realizada por el propio docente.

Curso	Días de la semana en la empresa	Periodo (desde - hasta)	Horario (desde - hasta)	Nº Jornadas totales	Nº Horas Totales
1º F.P.I.G.S. (Gestión de Alojamientos Turísticos)	Lu-Ma-Mi	09/01/17 - 21/06/17	8:30 - 15:00	71	461:30

Ref.Doc.: RelProCen

Cód.Centro: 29005977

Fecha Generación: 01/04/2016 12:25:43



2º F.P.I.G.S. (Gestión de Alojamientos Turísticos)	Lu-Ma	02/10/17 - 16/02/18	8:30 - 15:00	39	253:30

Ref.Doc.: RelProCen

Cód.Centro: 29005977

Fecha Generación: 01/04/2016 12:25:43



Datos organización:**Justificación del proyecto:**

El carácter eminentemente práctico del ciclo formativo de gestión de alojamientos turísticos hace fundamental una estrecha colaboración entre la empresa y el centro educativo. Por otra parte, la continua evolución del sector turístico (aparición de nuevos segmentos de mercado y formas de negocio) y los constantes cambios en la gestión que suponen la, cada vez mayor, implantación de las nuevas tecnologías, requieren de la presencia del tejido productivo en la formación del alumnado, con el objetivo de que este tenga un conocimiento directo de la realidad empresarial.

Planificación del proyecto e implicación de la empresa en la misma:

Durante el proceso de planificación se han llevado a cabo encuentros con las empresas colaboradoras en los que se ha determinado las actividades que desarrollarán los alumnos/as en cada uno de los departamentos. En dichas reuniones se ha podido explicar a las empresas colaboradoras en qué consiste el Proyecto de FP en Alternancia, poniendo de manifiesto el papel fundamental que desarrollarán en dicho proyecto. Además de las empresas participantes, se ha contactado con otras que, por diversos motivos, no han podido ofrecer su colaboración para el próximo curso, pero que han manifestado su interés en el proyecto y su disposición a colaborar en futuras ediciones.

Ejecución, organización del proyecto y rotaciones en su caso:

El alumnado iniciará su formación en el centro educativo durante el primer trimestre del primer curso. Una vez seleccionado el alumnado participante los alumnos se distribuirán entre las distintas empresas (durante el primer curso hoteles y empresas de marketing y publicidad) estableciendo rotaciones entre ellas. Estas rotaciones llevarían al alumnado a desarrollar su actividad formativa durante un periodo de 13 semanas en las empresas hoteleras que no desarrollan actividades relacionadas con el MP de marketing y durante un periodo de 8 semanas en las empresas de marketing. En el caso de las empresas hoteleras que si desarrollan actividades de marketing y por lo tanto formarán al alumnado en este área, el alumnado desarrollará un periodo formativo de 21 semanas. De esta manera, durante el primer curso todos los alumnos/as completarán su formación relacionada con los MP de Recepción y Reservas, Gestión del Departamento de Pisos y Marketing Turísticos en las citadas empresas.

En relación con el segundo curso, el alumnado completará su formación en los MP de Comercialización de Eventos, Recursos Humanos en el Alojamiento y Dirección de Alojamientos Turísticos en empresas hoteleras, de gestión de recursos humanos y de organización de eventos. El alumnado asistirá durante dos días por semana a las empresas citadas durante periodos de 6 semanas. De esta forma rotarán cada 6 semanas por cada una de las empresas hasta completar su formación.

Coordinación con la empresa y seguimiento y evaluación del alumnado:

El profesorado participante en el Proyecto mantendrá un estrecho contacto con las empresas colaboradoras. Algunas de estas empresas son colaboradoras habituales del MP de FCT, por lo que la comunicación con ellas es habitual y fluida. En cualquier caso el profesorado realizará visitas periódicas (semanales o quincenales en la medida de lo posible) y mantendrá contacto vía telefónica y e-mail. Este estrecho contacto permitirá la evaluación del alumnado de manera conjunta profesor-empresa. Si bien la calificación obtenida por el alumno/a la fijará el profesor/a que imparta docencia en el MP correspondiente.

Implicación de las empresas en la valoración del aprendizaje del alumnado:

El centro educativo proporcionará a cada una de las empresas una plantilla de evaluación para que pueda valorar con la mayor objetividad posible aspectos como el grado de asimilación de conceptos, la capacidad para ejecutar los procedimientos propios del puesto de trabajo, la capacidad de trabajo en equipo, el rigor en el desarrollo de las actividades y cualquier otro aspecto que deba ser tenido en cuenta en la evaluación del alumnado (puntualidad, trato al cliente, capacidad organizativa, orden en el puesto de trabajo, etc.). El tutor laboral deberá hacer un seguimiento continuo del alumnado, por lo que dicho formulario deberá rellenarse de manera periódica y no sólo una vez durante el tiempo que dure la estancia en la empresa. De esta manera podremos conocer la evolución del alumno/a durante el periodo de formación en el centro de trabajo.

Mecanismos e instrumentos de seguimiento del aprendizaje del por parte del propio alumnado:

El alumnado deberá elaborar un diario en el que especifique las actividades desarrolladas cada día, los conocimientos adquiridos (tanto conceptuales como procedimentales), el número de horas de trabajo en cada puesto de trabajo, el equipamiento empleado (programas informáticos, equipos para el proceso de información, maquinaria de limpieza en su caso, lencería, etc.) y cualquier otro aspecto que considere de interés en la formación adquirida. Dicho diario será revisado por el profesorado en las visitas periódicas al centro de trabajo o cuando el alumno/a asista al centro educativo.

Utilización de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación

La utilización de las nuevas tecnologías estará presente tanto en el proceso de formación del alumnado durante su estancia en la empresa, como en la realización del seguimiento y la coordinación con los tutores laborales. Por una parte el alumnado recibirá formación inicial en el centro educativo en relación a programas informáticos susceptibles de ser utilizados durante su posterior estancia en la empresa. En cuanto al periodo de alternancia (formación en la empresa) el alumnado se familiarizará con la utilización de programas informáticos para el desarrollo de las actividades propias de recepción (tanto front-desk como back-desk), administración y dirección, gestión de recursos humanos, marketing y marketing online, etc. Por otra parte, en cuanto al seguimiento y coordinación, se empleará el correo electrónico y cualquier otra forma de mensajería instantánea para estar en contacto permanente tanto con el alumnado como con los respectivos tutores laborales.

Opciones que se plantean en caso de abandono o renuncia:

La forma de afrontar las posibles situaciones de abandono o renuncia del alumnado varían en función del momento en el que se produzca tal situación. En caso de que el alumnado abandone o renuncie a la finalización del primer curso o inicio del segundo, el equipo educativo seleccionará, en base a los criterios de selección mencionados anteriormente, a otro alumno/a, que iniciaría su formación durante el segundo curso en la modalidad en alternancia. Si la situación de abandono o renuncia se produjera a mitad de curso, se analizaría la situación de manera conjunta con las empresas afectadas para estudiar la posibilidad de sustituir al alumno/a que causa baja por otro.

Ref.Doc.: RelProCen

Cód.Centro: 29005977

Fecha Generación: 01/04/2016 12:25:43



Criterios de asignación del alumnado a las empresas:

Se ofertan 5 plazas para el alumnado menor de 30 años, siendo condición indispensable no superar el 10% de faltas de asistencia durante el periodo de formación inicial. Los criterios a tener en cuenta en la selección del alumnado serán los siguientes:

Expediente académico 25%

Idiomas 25%

Madurez 25%

Nuevas tecnologías 25%

Descripción de la formación complementaria:



ACTIVIDADES QUE REALIZA LA EMPRESA:

- Supervisión de la limpieza y puesta a punto de las unidades de alojamiento y zonas comunes.
 - Aplicaciones de los equipos y materiales básicos de limpieza y puesta a punto.
 - Protocolos y programas de actuación.
 - Programas de limpieza de locales, instalaciones, mobiliario y equipos propios del departamento.
 - Análisis y evaluación de productos de limpieza. Rendimientos. Condiciones para su utilización. Riesgos.
 - Proceso de limpieza de habitaciones libres, ocupadas, bloqueadas, de clientes vips y zonas comunes. Coordinación con el departamento de recepción.
 - Aplicación de normas, técnicas y métodos de seguridad, higiene, limpieza y mantenimiento en el uso de locales, instalaciones, mobiliario, equipos y materiales propios del departamento de pisos, áreas públicas, lavandería y lencería.
 - Organización y funcionamiento del subdepartamento de lavandería y lencería.
 - Coordinación de los procesos de lavado, planchado y costura.
 - Administración de la lavandería. Control diario de producción. Control de consumo de suministros. Rentabilidad del departamento. Documentos de control.
 - Pulcritud y orden en la realización de los procesos de pisos, lavandería y lencería.
 - Mecanismos de control.
-
- Control del cierre de eventos.
 - Cierre y liquidación del evento operado.
 - Documentación contable.
 - Control y liquidación de proveedores y clientes.
 - Resolución de discrepancias.
 - Actualización de bases de datos.
 - Tabulación y procesado de la información proporcionada por los cuestionarios de satisfacción.
 - Control de calidad del evento.
 - Recopilación de materiales gráficos de especial interés o prestigio para el establecimiento.
 - Atenciones post-venta.
-
- Control del sistema de gestión de la calidad en los establecimientos de alojamientos turísticos.
 - Concepto y finalidad de la calidad.
 - Principios rectores de la calidad en el sector turístico. Valoración de su importancia.
 - Manejo de las herramientas básicas de gestión de la calidad.



- Integración del personal dependiente a la estructura organizativa.
 - Coordinación del área de alojamiento.
 - Supervisión de eventos.
 - Análisis de la oferta turística.
 - Determinación de la rentabilidad económica y financiera de proyectos menores de inversión empresarial.
- Definición y objetivos de la función de integración de los recursos humanos.
 - Técnicas para la dinamización de grupos.
 - Tipología de los miembros de un grupo.
 - Fomento y valoración en la aportación de ideas, opiniones y sugerencias del personal dependiente.
 - Incentivos para la integración.
 - Departamentalización. Estructuras organizativas.
 - Descripción de puestos de trabajo y sus funciones.
 - Diseño de organigramas.
 - Relaciones interdepartamentales.
 - Desarrollo de eventos. Fases. Métodos de supervisión y control de servicios.
 - Merchandising y otros.
 - Diseño de métodos de autorización y confirmación de servicios extras.
 - Sistemas de control de acceso a los eventos organizados.
 - Detección y resolución de imprevistos.
 - El mercado turístico y sus características.
 - La oferta turística. Elementos y estructuras.
 - Oferta básica. Empresas de alojamientos turísticos, los medios de transporte turísticos, la intermediación turística y los canales de distribución.
 - La oferta complementaria. Empresas de restauración turística y servicios diversos.
 - El núcleo turístico. Características. Recursos turísticos. Importancia económica del turismo para el núcleo turístico.
 - La oferta turística en Andalucía.
 - EL patrimonio empresarial. Clasificación del patrimonio. Concepto y elementos que componen.
 - El balance como instrumento de análisis. Masas y submasas patrimoniales.
 - Estructura financiera y económica de la empresa.
 - Proceso de inversión. Tipos de inversiones
 - Valoración y selección de inversiones. Métodos.
 - Fuentes de financiación empresarial. Financiación propia (autofinanciación y amortización) y financiación externa.
 - Cálculo de costes de las fuentes financieras.
 - Responsabilidad e importancia en la toma de decisiones.
 - Análisis financiero. Análisis de la liquidez y del endeudamiento.
 - Análisis de la rentabilidad económica y financiera. La cuenta de resultados como instrumento de análisis.

Ref.Doc.: RelProGen

Cód.Centro: 29005977

Fecha Generación: 01/04/2016 12:25:43



-Revisión del estado de mantenimiento de las instalaciones, mobiliario y equipos.

- Funciones del departamento de pisos, áreas públicas, lavandería y lencería en materia de mantenimiento de instalaciones, equipos y mobiliario.
- Procedimientos de comunicación y coordinación entre el departamento de pisos, recepción y mantenimiento.
- Equipos, maquinaria, herramientas y utensilios de uso común en el área de pisos. Tipos, funcionamiento, aplicaciones, manejo y limpieza.
- Tipos de mantenimiento: preventivo, correctivo y mixto. Protocolos de mantenimiento. Importancia en la reducción de costes y desgastes innecesarios.
- Control del nivel de conservación de las instalaciones.
- Elaboración y cumplimentación de documentación.
- Normativa de seguridad e higiene laboral.

-Supervisión de la decoración y ambientación del área de alojamiento y zonas comunes.

- Identificación de estilos y tendencias arquitectónicas del mobiliario de pisos y áreas públicas.
- Recursos y tipos de decoración. Ambientación musical. Sistemas y técnicas de iluminación y color. Influencia psicológica.
- Revestimientos, alfombras y cortinas: clasificación, caracterización según tipo, categoría y fórmula de alojamiento.
- Técnicas decorativas. Clasificación, descripción y aplicación. Decoración floral y frutal.
- Valoración de las técnicas de decoración y ambientación en los establecimientos de alojamiento turísticos. Aplicación de criterios de confort, funcionalidad y rentabilidad.
- Valoración de las nuevas tendencias, estilos y diseño según tipos de empresas de alojamientos turísticos.
- Planes de decoración según política empresarial, tipos de establecimientos, público objetivo, últimas tendencias y otras.

-Caracterización de la demanda turística.

- La demanda turística. Definición y caracterización.
- Factores que intervienen en su determinación.
- La elasticidad de la demanda y elementos que influyen en ella.
- Los clientes. Tipología, características y comportamientos de compra.
- Motivaciones de la demanda turística.
- La estacionalidad de la demanda. Acciones de desestacionalización.
- Tendencias actuales de la demanda turística.
- Valoración de la importancia de conocer a la clientela como elemento dinamizador de la demanda.

- Planificación de eventos.

- La oferta de servicios de los establecimientos de alojamiento turístico.
- Modalidades de organización de eventos.
- Documentación de planificación y control de la disponibilidad.
- Solicitudes de los clientes.
- Métodos de comunicación con el cliente.
- Técnicas y procedimientos de negociación con proveedores y clientes.
- Contratación de servicios externos.



-Control y realización de operaciones relativas a la salida del cliente.

- Listados de salida.
- Información a los departamentos afectados por la salida de clientes.
- Cuentas de facturación. Cargos. Abonos. Mixtos. Facturación de individuales y grupos (reducciones, gratuidades, comisiones, prepagos, depósitos y otros).
- Sistemas de cobro. Definición, características y tipos (efectivo, créditos, bonos y otros).
- Políticas de crédito.
- Aplicación de la normativa legal relativa al pago y cobro en general y del sector turístico en particular.
- Diligencia en las operaciones de cobro.
- Procesos de post-estancia del cliente y valoración desde un punto de vista comercial y de fidelización. Sistemas de fidelización más utilizados (programas de puntos, regalos y otros).

-Control de la explotación económica.

- Los presupuestos como herramienta en la planificación empresarial.
- El ciclo presupuestario. Elaboración y aprobación. Coordinación con los departamentos.
- Tipos de presupuestos.
- Análisis de la estructura de ingresos y gastos.
- Sistemas estandarizados de presentación de presupuestos.
- Control de presupuestos.
- Determinación de desviaciones. Análisis de causas y efectos y medidas correctoras.

-Análisis de las nuevas tecnologías aplicadas al marketing turístico.

- 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.
- Marketing en Internet. Evolución, elementos y principios.
- Bases de datos. Objetivos, funciones, elaboración y mantenimiento.
- Legislación sobre la protección de datos.
- Caracterización del plan de marketing:
 - La planificación comercial estratégica en las empresas turísticas.
 - Plan de marketing. Elementos y Finalidad.
 - Análisis de la situación, del mercado, del entorno, de la competencia del sector y análisis DAFO.
 - Objetivos y cuotas de ventas.
 - Planes de acción: estrategias y tácticas.
 - Segmentación y público objetivo.
 - Recursos necesarios para respaldar las estrategias y alcanzar los objetivos.
 - Seguimiento y control del plan de marketing.
 - Auditoría ambiental del plan.
 - Presentación y promoción del plan.



-Identificación del marketing-mix y sus elementos.

- Marketing mix. Concepto. Elementos. Aplicación y estrategias.
- El producto-servicio. Niveles y elementos.
- La «servucción».
- El ciclo de vida del producto y de los destinos turísticos.
- Desarrollo y lanzamiento de los nuevos productos turísticos.
- La Marca en los productos y servicios turísticos.
- El precio turístico. Concepto e importancia.
- Factores externos e internos determinantes de los precios.
- Métodos y estrategias para la fijación de precios turísticos.
- El yield management. Concepto y cálculo.
- La distribución turística. Canales.
- La comunicación turística. Concepto y funciones.
- La promoción turística en el mix promocional: la publicidad, las RR.PP., las promociones de ventas/merchandising, las ferias turísticas, Work shops, Fam-trips y otros.

-Selección de personal.

- Perfiles profesionales. Definición y tipos.
- El reclutamiento. Concepto y características.
- Investigación y ejecución.
- Sistemas de reclutamiento. Interno y externo.
- Fuentes para reclutar.
- Solicitud de empleo.
- La preselección.
- Principios deontológicos.

-Control y realización de operaciones originadas durante la estancia del cliente

- Plannings. Rack. Slip. Rooming list y otros documentos. Caracterización.
- Aplicación de sistemas informáticos.
- Modificación de los servicios contratados. Peticiones extras.
- Procedimientos y servicios de recepción y conserjería.
- Registro y valoración de consumos.
- Asertividad y empatía en la prestación de servicios durante la estancia del cliente. Calidad en el servicio y la atención al cliente.

-Organización del departamento de comercialización de eventos.

- Relaciones interdepartamentales.
- Integración del trabajo individual en el colectivo. Diseño de cronogramas.
- Grupos de trabajo.
- Sistemas de mejora o creación de nuevos productos.
- Cálculo de niveles óptimos de venta de cada producto ofertado.
- Selección de proveedores.
- Las nuevas tecnologías aplicadas a la gestión del departamento de eventos.



-Control de los sistemas de seguridad en los establecimientos de alojamiento turístico.

- Seguridad en alojamientos turísticos. Concepto y finalidad.
- Valoración del servicio de seguridad.
- Principales riesgos. Identificación y descripción de los procedimientos e instrumentos para la prevención de riesgos.
- Procedimientos en caso de emergencia.
- Seguros. Riesgos que cubren.
- La normativa legal en materia de seguridad y prevención en establecimientos de alojamiento turístico. (Plan de autoprotección, formación del personal, accesibilidad, insonorización y otros).

-Planificación de recursos humanos.

- Utilización eficiente de las herramientas de planificación y previsión de plantillas.
- Métodos de definición de puestos de trabajos en las áreas de alojamiento.
- Establecimiento de áreas de responsabilidad, funciones y tareas del personal dependiente.
- Asignación de tareas y planes de trabajo.
- Medición y evaluación de tiempos de trabajo.
- Elaboración de cuadrantes de horarios y días libres.
- Establecimiento del calendario laboral. Turnos, horarios y vacaciones.
- Normativa laboral.

-Formalización de operaciones previas a la entrada del cliente

- Valoración de una correcta gestión de la ocupación.
- Overbooking y sobreocupación. Posibles soluciones según normativa vigente.
- No-shows. Gestión y seguimiento.
- Criterios de funcionalidad a la hora de asignar unidades de alojamiento.
- Procedimientos de admisión de clientes con o sin reservas.
- Listados de llegada.
- Registro de clientes individuales y grupos, documentación.
- Tipos de información al cliente.
- Express check out y self check out.
- Información a otros departamentos.
- Documentación asociada.
- Normativa legal aplicable.



Módulo Profesional: Estructura del Mercado Turístico

- Formación inicial:

- RA 1. Contextualiza el sector turístico, su evolución histórica y situación actual, analizando sus implicaciones como actividades socioeconómicas.
- RA 2. Identifica las diferentes tipologías turísticas relacionándolas con la demanda y su previsible evolución.

- Formación en alternancia en la empresa:

<p>Analiza la oferta turística caracterizando sus principales componentes, así como los canales de intermediación y distribución.</p>	<p>Análisis de la oferta turística.</p>	<p>-El Cuartel Creativo SI (EL CUARTEL CREATIVO MÁLAGA) -Álamos 27 SI (HOTEL DEL PINTOR MÁLAGA) -Ojeda Artieda, Luis -Hotel Málaga Palacio Sa (HOTEL AC MÁLAGA PALACIO)</p>
<p>Caracteriza la demanda turística relacionando los diferentes factores y elementos que la motivan, así como las tendencias actuales.</p>	<p>Caracterización de la demanda turística.</p>	<p>-Hotel Málaga Palacio Sa (HOTEL AC MÁLAGA PALACIO) -El Cuartel Creativo SI (EL CUARTEL CREATIVO MÁLAGA) -Álamos 27 SI (HOTEL DEL PINTOR MÁLAGA) -Ojeda Artieda, Luis</p>

- Formación en alternancia en el centro educativo:

Ref.Doc.: RelProCen

Cód.Centro: 29005977

Fecha Generación: 01/04/2016 12:25:43



Módulo Profesional: Marketing Turístico

- Formación inicial:

- RA 1. Caracteriza el marketing turístico reconociendo los elementos básicos que lo componen.
- RA 2. Interpreta la segmentación del mercado y el posicionamiento del producto-servicio reconociendo datos cuantitativos y cualitativos.
- RA 3. Caracteriza el plan de marketing relacionándolo con los diversos tipos de empresa y productos-servicios.

- Formación en alternancia en la empresa:

Aplica las nuevas tecnologías en el marketing turístico analizando sus aplicaciones y oportunidades en el desarrollo de políticas de dicho marketing.	Análisis de las nuevas tecnologías aplicadas al marketing turístico.	-Álamos 27 SI (HOTEL DEL PINTOR MÁLAGA) -Ojeda Artieda, Luis -El Cuartel Creativo SI (EL CUARTEL CREATIVO MÁLAGA)
Identifica los elementos del marketing-mix reconociendo su aplicación en el sector turístico.	Identificación del marketing-mix y sus elementos.	-Álamos 27 SI (HOTEL DEL PINTOR MÁLAGA) -Ojeda Artieda, Luis -El Cuartel Creativo SI (EL CUARTEL CREATIVO MÁLAGA)

- Formación en alternancia en el centro educativo:

Ref.Doc.: RelProGen

Cód.Centro: 29005977

Fecha Generación: 01/04/2016 12:25:43



Módulo Profesional: Gestión del Departamento de Pisos

- Formación inicial:

RA 1. Organiza el departamento de pisos justificando la planificación del mismo según el establecimiento, personal disponible, tipos de clientes, ocupación y rentabilidad.

RA 2. Controla los productos, materiales y equipamientos del departamento de pisos describiendo los procesos de reposición, almacenamiento, conservación y valoración.

- Formación en alternancia en la empresa:

Revisa el estado de mantenimiento de instalaciones, maquinaria y equipo, justificando sistemas y procedimientos de conservación y mantenimiento.	Revisión del estado de mantenimiento de las instalaciones, mobiliario y equipos.	-Álamos 27 SI (HOTEL DEL PINTOR MÁLAGA) -Hotel Málaga Palacio Sa (HOTEL AC MÁLAGA PALACIO)
Supervisa la decoración y ambientación del área de alojamiento y zonas públicas caracterizando los estilos arquitectónicos, mobiliario, elementos decorativos, iluminación y tendencias actuales.	Supervisión de la decoración y ambientación del área de alojamiento y zonas comunes.	-Álamos 27 SI (HOTEL DEL PINTOR MÁLAGA) -Hotel Málaga Palacio Sa (HOTEL AC MÁLAGA PALACIO)
Supervisa la limpieza y puesta a punto de unidades de alojamiento y zonas comunes caracterizando los procesos de prestación de servicio.	Supervisión de la limpieza y puesta a punto de las unidades de alojamiento y zonas comunes.	-Álamos 27 SI (HOTEL DEL PINTOR MÁLAGA) -Hotel Málaga Palacio Sa (HOTEL AC MÁLAGA PALACIO)

- Formación en alternancia en el centro educativo:

Ref.Doc.: RelProGen

Cód.Centro: 29005977

Fecha Generación: 01/04/2016 12:25:43



Módulo Profesional: Recepción y Reservas

- Formación inicial:

RA 1. Supervisa el departamento de recepción analizando la organización del mismo según el establecimiento turístico, personal disponible, tipos de clientes, ocupación y rentabilidad.

RA 2. Optimiza la ocupación del establecimiento caracterizando y aplicando diferentes sistemas y tipos de reservas

- Formación en alternancia en la empresa:

Controla los sistemas de seguridad propios de los establecimientos de alojamientos turísticos, relacionando la estructura organizativa y las contingencias de seguridad con los elementos y medios de seguridad aplicables.	Control de los sistemas de seguridad en los establecimientos de alojamiento turístico.	-Álamos 27 SI (HOTEL DEL PINTOR MÁLAGA) -Hotel Málaga Palacio Sa (HOTEL AC MÁLAGA PALACIO)
Controla/presta el servicio de recepción durante la estancia de los clientes analizando y aplicando las operaciones derivadas de esta fase.	Control y realización de operaciones originadas durante la estancia del cliente	-Álamos 27 SI (HOTEL DEL PINTOR MÁLAGA) -Hotel Málaga Palacio Sa (HOTEL AC MÁLAGA PALACIO)

- Formación en alternancia en el centro educativo:

RA 3. Formaliza las operaciones previas y simultáneas de la entrada de los clientes analizando y aplicando las tareas asociadas.

RA 4. Controla/presta el servicio de recepción durante la estancia de los clientes analizando y aplicando las operaciones derivadas de esta fase.

RA 5. Controla/presta servicios durante la salida de los clientes describiendo las diferentes fases y aplicando los procedimientos estandarizados.

Ref.Doc.: RelProGen

Cód.Centro: 29005977

Fecha Generación: 01/04/2016 12:25:43



Módulo Profesional: Dirección de Alojamientos Turísticos

- Formación inicial:

RA 1. Coordina el área de alojamiento con el resto de las áreas del establecimiento turístico analizando su estructura organizativa.

- Formación en alternancia en la empresa:

Controla la aplicación de los sistemas de gestión de la calidad, valorando su implicación en una gestión más eficiente del establecimiento de alojamiento turístico.	Control del sistema de gestión de la calidad en los establecimientos de alojamientos turísticos.	-Hotel Málaga Palacio Sa (HOTEL AC MÁLAGA PALACIO) -Álamos 27 SI (HOTEL DEL PINTOR MÁLAGA)
Controla la explotación económica de los departamentos bajo su supervisión reconociendo y determinando la estructura de ingresos y gastos de los mismos.	Control de la explotación económica.	-Álamos 27 SI (HOTEL DEL PINTOR MÁLAGA) -Hotel Málaga Palacio Sa (HOTEL AC MÁLAGA PALACIO)
Coordina el área de alojamiento con el resto de las áreas del establecimiento turístico analizando su estructura organizativa.	Coordinación del área de alojamiento.	-Álamos 27 SI (HOTEL DEL PINTOR MÁLAGA) -Hotel Málaga Palacio Sa (HOTEL AC MÁLAGA PALACIO)
Determina la rentabilidad financiera y económica de proyectos menores de inversión empresarial, caracterizando y valorando los diferentes sistemas de financiación.	Determinación de la rentabilidad económica y financiera de proyectos menores de inversión empresarial.	-Álamos 27 SI (HOTEL DEL PINTOR MÁLAGA) -Hotel Málaga Palacio Sa (HOTEL AC MÁLAGA PALACIO)

- Formación en alternancia en el centro educativo:

RA 2. Determina la rentabilidad financiera y económica de proyectos menores de inversión empresarial, caracterizando y valorando los diferentes sistemas de financiación.

RA 4. Controla la aplicación de los sistemas de gestión de la calidad, valorando su implicación en una gestión más eficiente del establecimiento de alojamiento turístico.

RA 5. Coordina el sistema de gestión ambiental caracterizando los diferentes sistemas de Gestión Medioambiental.

RA 6. Dirige establecimientos de alojamiento rural analizando su tipología, normativa aplicable y especialidad en la gestión y prestación del servicio.

Ref.Doc.: RelProCen

Cód.Centro: 29005977

Fecha Generación: 01/04/2016 12:25:43



Módulo Profesional: Recursos Humanos en el Alojamiento

- Formación inicial:

RA 1. Dirige el personal dependiente, reconociendo y aplicando técnicas de dirección de personal.

- Formación en alternancia en la empresa:

Integra al personal dependiente en la estructura organizativa del establecimiento turístico reconociendo y aplicando las herramientas de gestión de personal.	Integración del personal dependiente a la estructura organizativa.	-Talento y Empleo (CON TALENTO GESTIÓN Y PERSONAS, MÁLAGA)
Planifica los recursos humanos, analizando y aplicando los sistemas de organización del personal pendiente.	Planificación de recursos humanos.	-Talento y Empleo (CON TALENTO GESTIÓN Y PERSONAS, MÁLAGA)
Propone la selección de personal del área caracterizando los distintos perfiles profesionales.	Selección de personal.	-Talento y Empleo (CON TALENTO GESTIÓN Y PERSONAS, MÁLAGA)

- Formación en alternancia en el centro educativo:

RA 2. Propone la selección de personal del área caracterizando los distintos perfiles profesionales (L2).

RA 3. Planifica los recursos humanos, analizando y aplicando los sistemas de organización del personal pendiente (L2).

RA 4. Integra al personal dependiente en la estructura organizativa del establecimiento turístico reconociendo y aplicando las herramientas de gestión de personal (L2).

Ref.Doc.: RelProCen

Cód.Centro: 29005977

Fecha Generación: 01/04/2016 12:25:43



Módulo Profesional: Comercialización de Eventos

- Formación inicial:

RA 1. Comercializa la oferta de eventos, relacionándolos con las características del establecimiento y con la demanda

- Formación en alternancia en la empresa:

Controla el cierre efectivo de eventos analizando el proceso económico y la calidad del servicio prestado.	Control del cierre de eventos.	-Makyre Eventos C2t Slu (Makyre Eventos Málaga)
Organiza el departamento de comercialización de eventos justificando su planificación.	Organización del departamento de comercialización de eventos.	-Makyre Eventos C2t Slu (Makyre Eventos Málaga)
Planifica diferentes eventos relacionando los métodos de gestión con su tipología y objetivos.	Planificación de eventos.	-Makyre Eventos C2t Slu (Makyre Eventos Málaga)
Supervisa eventos analizando los estándares de calidad preestablecidos.	Supervisión de eventos.	-Makyre Eventos C2t Slu (Makyre Eventos Málaga)

- Formación en alternancia en el centro educativo:

RA 2. Organiza el departamento de comercialización de eventos justificando su planificación (L2).

RA 3. Planifica diferentes eventos relacionando los métodos de gestión con su tipología y objetivos (L2).

RA 4. Supervisa eventos analizando los estándares de calidad preestablecidos (L2).

RA 5. Controla el cierre efectivo de eventos analizando el proceso económico y la calidad del servicio prestado (L2).

Ref.Doc.: RelProCen

Cód.Centro: 29005977

Fecha Generación: 01/04/2016 12:25:43

