

Vive las hoces

**JORNADAS DE FORMACIÓN EN
DIGITALIZACIÓN**

CONTENIDOS FORMATIVOS



**Financiado por
la Unión Europea**
NextGenerationEU



ÍNDICE

CURSOS EN FORMATO TELE FORMACIÓN	2
1. Promoción y comercialización del sector turístico	2
2. Sostenibilidad ambiental	5
3. Marketing para destinos turísticos	10
4. Marketing turístico y estrategias de marketing	14
5. Accesibilidad turística	19
 CURSOS EN FORMATO PRESENCIAL	 23
1. Motivación y creatividad	23
2. Redes sociales	24
3. Publicidad online	25
4. Inteligencia Artificial	25
 WEBINARS	 27
1. Diseño y conceptualización de productos turísticos	27
2. Comercialización de productos turísticos	28
3. El desarrollo turístico sostenible. La prioridad de los destinos turísticos	29
4. Comunicación turística efectiva	30
5. Herramientas TIC para mejorar la comunicación	30
6. Diseño de la estrategia de posicionamiento orgánico en buscadores	31
7. El turismo rural en el año 2024. Perspectivas de futuro	32
8. Atención al viajero	33
9. El ecoturismo	34



CURSOS EN FORMATO TELE FORMACIÓN

1. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL SECTOR TURÍSTICO

Módulo 1: Conceptos Básicos

1.Introducción al marketing turístico

- 1.1. Definición y objetivos del marketing aplicado al turismo
- 1.2. Importancia del marketing en la gestión turística
- 1.3. Estrategias clave para el posicionamiento de productos turísticos

2.Análisis de los mercados turísticos: segmentación y público objetivo

- 2.1. Identificación de los segmentos de mercado en el sector turístico
- 2.2. Características y comportamiento de los diferentes perfiles de viajeros
- 2.3. Herramientas para la segmentación y análisis de datos turísticos

3.Comportamiento del turista como consumidor

- 3.1. Factores psicológicos y socioculturales que influyen en el turista
- 3.2. Tendencias actuales en el comportamiento del consumidor turístico
- 3.3. Importancia de la experiencia del cliente en el turismo

4.Factores que influyen en la toma de decisiones del viajero

- 4.1. El papel de la información digital en la elección de destinos
- 4.2. Influencia de las redes sociales y las opiniones online
- 4.3. Estrategias para influir en la toma de decisiones de los viajeros



Módulo 2: Políticas de producto, promoción y distribución turística

1.Desarrollo de productos turísticos competitivos

- 1.1. Elementos clave en el desarrollo de productos turísticos
- 1.2. Tipos de productos turísticos competitivos

2.Estrategias de promoción y publicidad en el sector

- 2.1. Principales estrategias de promoción turística
- 2.2. Herramientas clave para la promoción turística

3. Canales de distribución y comercialización

- 3.1. Principales canales de distribución en turismo
- 3.2. Tendencias en la comercialización de productos turísticos

Módulo 3: Festión comercial y marketing turístico

1.El plan de marketing en las empresas de hostelería y turismo

- 1.1. Análisis de la situación
- 1.2. Definición de objetivos y metas
- 1.3. Segmentación de mercado y posicionamiento
- 1.4. Estrategias de marketing digital y tradicional

2.Diseño e implementación de estrategias de marketing

- 2.1. Estrategias de promoción y publicidad
- 2.2. Marketing de contenido
- 2.3. Estrategias de precios
- 2.4. Campañas de fidelización y promociones especiales

3.Técnicas de venta y fidelización de clientes

- 3.1. Técnicas de ventas consultivas
- 3.2. Upselling y Cross-selling
- 3.3. Fidelización a través de la experiencia del cliente
- 3.4. Manejo de quejas y feedback



Módulo 4: Cómo convertir a tu cliente en el mejor vendedor de tu producto turístico

1.El papel del cliente turístico en la promoción comercial del servicio

- 1.1. Claves para aprovechar el poder de los clientes

2.Cómo potenciar el efecto de las críticas positivas

- 2.1. Técnicas para potenciar las críticas positivas

3.Gestión de clientes insatisfechos y resolución de conflictos

- 3.1. Estrategias de gestión de quejas

4.Técnicas para conseguir la máxima calidad del servicio

- 4.1. Claves para ofrecer un servicio de alta calidad

Módulo 5: Marketing turístico y comunicación en redes sociales

1.Estrategias digitales para la promoción turística

- 1.1. Principales estrategias digitales en turismo

2.Uso eficaz de redes sociales para captar y fidelizar clientes

- 2.1. Plataformas clave en la promoción turística
- 2.2. Estrategias clave en redes sociales

3.Herramientas digitales para la optimización del servicio turístico

- 3.1. Herramientas clave para la gestión turística

Módulo 6: Ciberseguridad para el turismo y ocio

1.Principales riesgos digitales en el sector turístico

- 1.1. Fraude en reservas online
- 1.2. Ataques a sistemas de gestión hotelera
- 1.3. Filtración de datos personales
- 1.4. Suplantación de identidad y fraude en redes sociales
- 1.5. Ciberataques a infraestructuras críticas



2. Protección de datos y normativa aplicable

- 2.1. Reglamento General de Protección de Datos (RGPD) y su impacto en el turismo
- 2.2. Medidas de seguridad para el tratamiento de datos personales
- 2.3. Consentimiento y gestión de bases de datos en empresas turísticas
- 2.4. Protección frente a filtraciones y ataques a la privacidad del cliente
- 2.5. Obligaciones legales en ciberseguridad

3. Buenas prácticas en ciberseguridad para empresas turísticas

- 3.1. Políticas de acceso y contraseñas seguras en sistemas de gestión
- 3.2. Autenticación de dos factores (2FA) y cifrado de datos sensibles
- 3.3. Protocolos de seguridad en pagos online y reservas electrónicas
- 3.4. Capacitación del personal en ciberseguridad y detección de amenazas
- 3.5. Monitoreo y respuesta ante incidentes de seguridad digital

2. SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL

Módulo 1. Ecoturismo

1. Definición y principios del ecoturismo

- 1.1. Definición de ecoturismo
- 1.2. Principios del ecoturismo
- 1.3. Diferencias entre ecoturismo, turismo de naturaleza y turismo sostenible
- 1.4. Ejemplos de actividades ecoturísticas

2. El producto ecoturismo en España

- 2.1. Origen y evolución del ecoturismo en España.
- 2.2. Características del producto ecoturístico en el país.
- 2.3. Ejemplos de destinos ecoturísticos en España
- 2.4. Ecoturismo en Castilla y León
- 2.5. Ecoturismo en Segovia



3. Impacto del ecoturismo

- 3.1. Beneficios económicos, sociales y ambientales.
- 3.2. Retos y desafíos para el desarrollo del ecoturismo.

Módulo 2. Explotación turística del ecosistema

1. Definición de explotación turística del ecosistema

- 1.1. Cómo el turismo afecta a los ecosistemas naturales
- 1.2. La explotación turística como una forma de uso intensivo de recursos naturales, culturales y sociales
- 1.3. Principales destinos turísticos que dependen de ecosistemas naturales

2. Impactos del turismo en los ecosistemas

- 2.1. Impactos ecológicos
- 2.2. Impactos sociales
- 2.3. Impactos económicos

3. Capacidad de carga

- 3.1. Definición y concepto
- 3.2. Tipos de capacidad de carga
- 3.3. Medición de la capacidad de carga
- 3.4. Límites de sostenibilidad: consecuencias de superar la capacidad de carga

4. Métodos de evaluación de la capacidad de carga

- 4.1. Modelos de evaluación en la gestión de parques naturales
- 4.2. Modelo de análisis de impacto ambiental (EIA)
- 4.3. Métodos participativos en la evaluación



Módulo 3. Energías renovables

1.Introducción a las energías renovables

- 1.1. Definición
- 1.2. Importancia en el sector turístico

2.Principales energías renovables aplicadas al turismo

- 2.1. Energía solar
- 2.2. Energía eólica
- 2.3. Energía hidroeléctrica
- 2.4. Biomasa y Biogás
- 2.5. Geotermia

3.Beneficios de la implementación de energías renovables en turismo

- 3.1. Beneficios ambientales
- 3.2. Beneficios económicos
- 3.3. Beneficios para el cliente y el destino
- 3.4. Beneficios para la competitividad del turismo en Segovia

Módulo 4. Recursos turísticos en el entorno natural

1.Recurso turístico natural

- 1.1. Relieve
- 1.2. Litoral
- 1.3. Clima
- 1.4. Vegetación
- 1.5. Agua

2.Sostenibilidad en los recursos turísticos naturales en Segovia

- 2.1. Promoción del Ecoturismo
- 2.2. Fomento de la sensibilización ambiental entre los turistas y la población local
- 2.3. Iniciativas de conservación en espacios protegidos



Módulo 5. Legislación sobre bienes patrimoniales

- 1. Introducción a la legislación sobre patrimonio**
- 2. Normativa sobre Patrimonio Cultural**
- 3. Normativa sobre Patrimonio Natural**
- 4. Normativa sobre el paisaje**
- 5. Turismo sostenible y patrimonio**

Módulo 6. Interpretación del medio Natural

- 1. Principios y objetivos de la interpretación ambiental**
- 2. Elementos del medio natural en Segovia**
- 3. Técnicas y herramientas de interpretación**
 - 3.1. Rutas interpretativas
 - 3.2. Paneles informativos y señalización
 - 3.3. Actividades experienciales
 - 3.4. Uso de tecnologías en la interpretación
 - 3.5. Técnicas de interpretación activa y participativa
- 4. Espacios naturales protegidos como recursos interpretativos en Segovia**
 - 4.1. Tipos de espacios naturales protegidos en Segovia
 - 4.2. Parque Natural de las Hoces del Duratón
 - 4.3. Hoces del Río Riaza y su refugio de rapaces
 - 4.4. Espacios de la Red Natura 2000 en la provincia
- 5. Sostenibilidad y ética en la interpretación del medio natural**
 - 5.1. Principios de Sostenibilidad en la Interpretación del Medio Natural
 - 5.2. Ética en la interpretación del medio natural
 - 5.3. Buenas prácticas en la Interpretación del medio natural en Segovia



Módulo 7. Estrategias de difusión de recursos sostenibles en el turismo de interior

1. Marketing de contenidos y storytelling verde

2. Estrategias de marketing digital y redes sociales

- 2.1. El rol de las redes sociales en el marketing turístico sostenible
- 2.2. Estrategias de marketing de influencers para el turismo sostenible
- 2.3. Métricas y evaluación de la estrategia digital

3. Certificaciones y sellos de turismo sostenible como herramienta de marketing

- 3.1. Tipos de certificaciones y sellos en turismo sostenible
- 3.2. Beneficios de las certificaciones en marketing turístico
- 3.3. Aplicaciones de las certificaciones en el marketing turístico

4. Turismo de experiencias y marketing sensorial

- 4.1. Turismo de experiencias: Un nuevo enfoque del viaje
- 4.2. Marketing sensorial: Una herramienta para potenciar la experiencia
- 4.3. Aplicación del marketing sensorial en el turismo sostenible de Segovia
- 4.4. Beneficios del marketing sensorial en turismo sostenible

Módulo 8. Economía Circular en el sector turístico.

1. Definición y principios fundamentales de la economía circular.

2. Estrategias de Implementación de economía circular en empresas turísticas

- 2.1. Gestión eficiente de los recursos (agua, energía, materiales).
- 2.2. Prevención y gestión de residuos.
- 2.3. Innovaciones en el diseño de productos turísticos sostenibles.
- 2.4. La circularidad en la hostelería, transporte y actividades turísticas.

3. Impacto de la economía circular en la competitividad y rentabilidad del sector

- 3.1. Reducción de costes operativos y aumento de la rentabilidad
- 3.2. Valor añadido del turismo sostenible como factor diferenciador
- 3.3. Atractivo para nuevos perfiles de turistas responsables

4. Futuro y retos de la economía circular en el turismo



- 4.1. Tendencias globales hacia la circularidad en el turismo
- 4.2. Desafíos y barreras para la implementación en destinos rurales
- 4.3. Oportunidades de mejora para el sector turístico de Segovia

3. MARKETING PARA DESTINOS TURÍSTICOS

Módulo 1: El destino turístico

1.Introducción al destino turístico

2. ¿Qué es un destino turístico?

- 2.1. Componentes de un destino turístico
- 2.2. Importancia de un destino turístico
- 2.3. Importancia en la Zona de las Hoces
- 2.4. Tipos de destinos turísticos

3. Análisis de los destinos turísticos

- 3.1. Factores internos
- 3.2. Factores externos
- 3.3. Herramientas de análisis

Módulo 2: Introducción al marketing de destinos turísticos

1.Introducción al marketing de destinos turísticos

2. ¿Qué es el marketing de destinos turísticos?

- 2.1. Componentes del marketing de destinos
- 2.2. Promoción

3. Estrategias de marketing para destinos turísticos

- 3.1. Publicidad y promoción
- 3.2. Colaboraciones y alianzas

4. Innovación y tecnología

- 4.1. Marketing digital



4.2. Experiencias inmersivas

5. Principales destinos turísticos en Castilla y León

5.1. Segovia

5.2. Salamanca

5.3. Ávila

5.4. León

Módulo 3: El Marketing Mix en destinos turísticos

1. Producto

1.1. Componentes del producto turístico

1.1.1. Atracciones

1.1.2. Infraestructura

1.1.3. Experiencias turísticas

2. Precio

2.1. Componentes del precio en un destino turístico

2.2. Estrategias de precio

2.3. Importancia de una estrategia de precios equilibrada

3. Plaza

3.1. Canales de distribución

3.2. Herramientas de promoción

Módulo 4: La demanda aplicada al marketing de destinos turísticos

1. El perfil del turista en los destinos turísticos

1.1. Características demográficas

1.2. Importancia del análisis del perfil del turista

2. Comportamientos y preferencias del turista

2.1. Motivaciones de Viaje

2.2. Estilos de Viaje



2.3. Duración de la estancia

2.4. Época del año

3. Importancia del análisis de comportamientos y preferencias del turista

4. Colectivos especiales

4.1. Tipos de colectivos especiales

4.2. Turismo familiar

4.3. Turismo para adultos mayores

4.4. Importancia de atender a los colectivos especiales en el turismo

5. La Importancia de la investigación de mercado en la demanda turística

5.1. Métodos de investigación de mercado en el turismo

5.2. Beneficios de la investigación de mercado en el turismo

Módulo 5: Marketing en redes sociales: cómo aumentar las ventas/reservas

1. Generalidades del plan de marketing de destino turístico

1.1. Elementos del plan de marketing

2. Contenidos en el marketing de destinos turísticos

2.1. Tipos de contenidos

3. Herramientas de promoción on-line

3.1. Redes sociales

3.2. Publicidad digital

3.3. Sitio web y SEO

3.4. Email marketing

3.5. Identificación de influencers



Módulo 6: Instagram para establecimientos turísticos

1. Introducción a Instagram para establecimientos turísticos

- 1.1. Beneficios de utilizar Instagram
- 1.2. Definición de objetivos
- 1.3. Optimización del perfil
- 1.4. Contenido visual atractivo
- 1.5. Uso de hashtags y etiquetas geográficas
- 1.6. Interacción activa y respuesta rápida
- 1.7. Campañas de publicidad segmentada
- 1.8. Creación de contenido atractivo

2. Herramientas y funcionalidades de Instagram

- 2.1. Hashtags
- 2.2. Instagram stories y highlights

3. Publicidad en Instagram

- 3.1. Insights y análisis
- 3.2. Interacción
- 3.3. Alcance
- 3.4. Comportamiento de los seguidores
- 3.5. Colaboraciones y sorteos

Módulo 7: Recomendaciones para realizar geomarketing en el sector turístico

1. Introducción al geomarketing en el sector turístico

- 1.1. Beneficios del geomarketing

2. Estrategias de geomarketing para el sector turístico

- 2.1. Análisis de datos geográficos
- 2.2. Segmentación geográfica

3. Herramientas de geomarketing

- 3.1. Sistemas de Información Geográfica (SIG)



3.2. Plataformas de análisis de datos

4. Casos prácticos de geomarketing en el sector turístico

4.1. Caso 1: Análisis de competencia

4.2. Caso 2: Promoción de eventos locales

4.3. Caso 3: Optimización de recursos de marketing

4. MARKETING TURÍSTICO Y ESTRATEGIAS DE MARKETING

Módulo 1: Nuevos canales de comunicación social

1. Plataformas de contenidos

1.1. Planificación del contenido

1.2. Creación de contenido atractivo

1.3. Interacción con la audiencia

1.4. Colaboraciones con influencers y embajadores de marca

1.5. Uso de hashtags y palabras clave

2. Plataformas de opinión

2.1. Plataformas clave de opinión para el turismo

2.2. Estrategias para gestionar plataformas de opinión en el marketing turístico

3. Plataformas de venta

3.1. Plataformas clave de venta para el turismo

3.2. Estrategias para maximizar el uso de las plataformas de venta

4. Actividades prácticas

Módulo 2: Principales redes sociales para el turismo

1. El papel de las redes sociales en el turismo

2. Aplicación de las redes sociales en la promoción turística

3. Facebook

3.1. Facebook en el turismo: desarrollo y estrategias



3.2. Características clave de Facebook para el turismo:

3.3. Estrategias para maximizar el uso de Facebook en el marketing turístico

4. Instagram

4.1. Instagram en el turismo: desarrollo y estrategias

4.2. Características clave de Instagram para el turismo:

4.3. Estrategias para maximizar el uso de Instagram en el marketing turístico

5. Twitter

5.1. Twitter en el turismo: desarrollo y estrategias

5.2. Características clave de Twitter para el turismo

5.3. Estrategias para maximizar el uso de Twitter en el marketing turístico

6. YouTube

6.1. YouTube en el turismo: desarrollo y estrategias

6.2. Características clave de YouTube para el turismo

6.3. Estrategias para maximizar el uso de YouTube en el marketing turístico

7. TikTok

7.1. TikTok en el turismo: desarrollo y estrategias

7.2. Características clave de TikTok para el turismo:

7.3. Estrategias para maximizar el uso de TikTok en el marketing turístico

Módulo 3: Creación de Contenidos para Redes Sociales

1. Objetivos de la comunicación en redes sociales

1.1. Atraer a nuevos visitantes

1.2. Fidelizar a los visitantes actuales

1.3. Mejorar la reputación del destino

1.4. Objetivos específicos

2. Cómo establecer y optimizar los contenidos en redes sociales

2.1. Pasos para establecer y optimizar contenidos:

3. El contenido colaborativo

3.1. Beneficios del contenido colaborativo



3.2. Ejemplos de contenido colaborativo

4. Los blogs en la promoción turística

4.1. Beneficios de los blogs

4.2. Ejemplos de contenido para blogs

5. Buenas y malas prácticas del Community Manager

5.1. Buenas prácticas

5.2. Malas prácticas

Módulo 4: Marketing en Redes Sociales

1. Importancia de la presencia en las redes sociales

2. Cómo aumentar las ventas/reservas

2.1. Promociones y descuentos

2.2. Contenido visual atractivo

2.3. Llamadas a la Acción Claras (CTA - Call to Action)

2.4. Testimonios y reseñas

3. Cómo facilitar el proceso de compra

3.1. Enlaces directos a la compra o reserva

3.2. Botones de compra en redes sociales

3.3. Información clara y concisa en las publicaciones

3.4. Atención al cliente en tiempo real

4. Cómo fidelizar al cliente

4.1. Programas de lealtad: recompensar a los clientes frecuentes

4.2. Contenido exclusivo: crear una comunidad digital

4.3. Interacción continua: construir relaciones a largo plazo

4.4. Reconocimiento y agradecimiento: valorar la fidelidad de los clientes

5. Segmentación en redes sociales

5.1. Segmentación demográfica: dirigir el contenido a audiencias específicas

5.2. Segmentación por intereses: crear contenido personalizado

5.3. Segmentación por comportamiento: analizar las interacciones del usuario



5.4. Segmentación geográfica: dirigir el contenido a usuarios en ubicaciones específicas

Módulo 5: Nuevos perfiles: Travel Consultant y Guest Experience Manager

1. Enfoque en el turismo rural

2. Importancia de la personalización en el turismo rural

3. Travel Consultant: ¿Quién es y qué hace?

3.1. Definición del perfil

3.2. Funciones del Travel Consultant

3.3. Habilidades clave del Travel Consultant

3.4. Ejemplo aplicado en el turismo rural

4. Guest Experience Manager: el rol clave en la gestión de la experiencia del cliente

4.1. Definición del perfil

4.2. Funciones del Guest Experience Manager

4.3. Habilidades clave del Guest Experience Manager

5. La importancia de estos perfiles en el turismo rural

5.1. Impacto en el turismo local

5.2. Ejemplos locales en el turismo rural

6. Impacto de los perfiles de Travel Consultant y Guest Experience Manager

6.1. Travel Consultant

6.2. Guest Experience Manager

7. Tendencias futuras en el turismo y la evolución de estos perfiles

7.1. Tendencias emergentes



Módulo 6: Los nuevos eventos virtuales: tendencias en el sector MICE

1. Tipos de eventos virtuales en el sector MICE

- 1.1. Congresos y conferencias virtuales
- 1.2. Ferias virtuales
- 1.3. Reuniones de incentivos virtuales
- 1.4. Eventos híbridos (presencial + virtual)

2. Beneficios de los eventos virtuales para el sector MICE

- 2.1. Reducción de costos
- 2.2. Alcance global
- 2.3. Accesibilidad
- 2.4. Interactividad y Networking
- 2.5. Impacto ambiental reducido

3. Herramientas y plataformas para organizar eventos virtuales

4. Estrategias de promoción de eventos virtuales

- 4.1. Publicidad en redes sociales
- 4.2. Colaboraciones con influencers y embajadores
- 4.3. Email Marketing
- 4.4. Publicidad en plataformas especializadas



5. ACCESIBILIDAD TURISTICA

Módulo 1: Conceptos básicos de accesibilidad turística

1. Definición del turismo accesible
2. ¿Por qué hacer mi servicio turístico accesible?
3. Beneficios del turismo accesible
4. Principios de diseño universal aplicados al turismo
 - 4.1. Ejemplos de aplicación del diseño universal al turismo
5. Buenas prácticas en accesibilidad turística

Módulo 2: Marco legal y técnico

1. Introducción al marco legal y técnico.
2. Legislación internacional
3. Legislación nacional
4. Legislación autonómica
5. Convención sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad (ONU, 2006)
 - 5.1. Principios clave de la CDPD y su aplicación al turismo
 - 5.2. Impacto de la CDPD en la legislación y políticas turísticas
 - 5.3. Desafíos y oportunidades:
6. Acta Europea de Accesibilidad
 - 6.1. Requisitos de accesibilidad
 - 6.2. Implicaciones para el sector turístico
 - 6.3. Beneficios para las personas con discapacidad
7. Normas ISO 21902:2021 sobre Turismo Accesible
 - 7.1. ¿Qué aspectos clave abarca la Norma ISO 21902:2021?
 - 7.2. ¿A quién va dirigida la Norma ISO 21902:2021?
 - 7.3. ¿Cuáles son los beneficios de implementar la Norma ISO 21902:2021?
8. La adaptación a España del Acta de Accesibilidad Europeo

Módulo 3: Tecnologías y accesibilidad

1. Definición y principios de los Destinos Turísticos Inteligentes (DTI)

- 1.1. Definición de Destinos Turísticos Inteligentes
- 1.2. Principios y pilares fundamentales de los DTI
- 1.3. Diferencias entre DTI, turismo digital y turismo sostenible
- 1.4. Ejemplos de destinos turísticos inteligentes

2. Tecnologías aplicadas a los Destinos Turísticos Inteligentes

- 2.1. Origen y evolución de la tecnología en el turismo
- 2.2. Tecnologías clave en los DTI (Big Data, IoT, inteligencia artificial, realidad aumentada, etc.)
- 2.3. Aplicaciones tecnológicas para la gestión turística y la experiencia del visitante
- 2.4. Ejemplos de implementación tecnológica en destinos turísticos
- 2.5. Casos de éxito en España

3. Accesibilidad en los Destinos Turísticos Inteligentes

- 3.1. Importancia de la accesibilidad en el turismo
- 3.2. Tecnologías para la accesibilidad en destinos turísticos
- 3.3. Normativas y certificaciones de accesibilidad en turismo
- 3.4. Buenas prácticas y ejemplos de destinos accesibles

4. Impacto y desafíos de los Destinos Turísticos Inteligentes

- 4.1. Beneficios económicos, sociales y ambientales
- 4.2. Retos y desafíos en la implementación de DTI
- 4.3. Sostenibilidad y gobernanza en los destinos turísticos inteligentes
- 4.4. Futuro de los DTI y tendencias tecnológicas en el turismo

Módulo 4: Estrategias de difusión de recursos sostenibles en el turismo de interior

1. Introducción al turismo de interior y la sostenibilidad

- 1.1. Definición y características del turismo de interior
- 1.2. Principios de sostenibilidad aplicados al turismo de interior
- 1.3. Recursos sostenibles en destinos de interior
- 1.4. Ejemplos de turismo de interior sostenible

2. Estrategias de difusión de recursos sostenibles

- 2.1. Importancia de la promoción de recursos sostenibles
- 2.2. Canales de comunicación y difusión (medios digitales, tradicionales, ferias, etc.)
- 2.3. Storytelling y marketing de experiencias en la promoción sostenible
- 2.4. Casos de éxito en la difusión de turismo sostenible

3. Técnicas de marketing en empresas basadas en turismo sostenible

- 3.1. Estrategias de branding y posicionamiento en turismo sostenible
- 3.2. Marketing digital y redes sociales aplicadas al turismo sostenible
- 3.3. Turismo experiencial y estrategias para atraer al viajero consciente
- 3.4. Colaboraciones y alianzas para la promoción del turismo sostenible

4. Impacto y desafíos en la promoción del turismo de interior sostenible

- 4.1. Beneficios económicos, sociales y ambientales
- 4.2. Desafíos en la difusión y comercialización del turismo de interior
- 4.3. Innovación y tendencias en la promoción del turismo sostenible
- 4.4. El futuro del turismo de interior y la sostenibilidad

Módulo 5: Turismo Pet Friendly

1. Introducción al Turismo Pet Friendly

- 1.1. Definición y evolución del turismo Pet Friendly
- 1.2. Beneficios del turismo con mascotas para viajeros y destinos
- 1.3. Tipos de turismo Pet Friendly (rural, urbano, de aventura, etc.)
- 1.4. Ejemplos de destinos Pet Friendly en el mundo

2. Infraestructura y servicios para el turismo con mascotas

- 2.1. Alojamientos Pet Friendly: hoteles, casas rurales y campings
- 2.2. Transporte de mascotas: normativas y opciones de movilidad



2.3. Espacios y actividades adaptadas: parques, playas y rutas senderistas

2.4. Servicios adicionales: veterinarios, guarderías, restaurantes y tiendas especializadas

3. Estrategias de promoción y marketing en el turismo Pet Friendly

3.1. Posicionamiento de destinos y negocios en el sector Pet Friendly

3.2. Marketing digital y redes sociales: el impacto de las mascotas influencers

3.3. Campañas de concienciación y fidelización de clientes con mascotas

3.4. Casos de éxito en promoción de turismo Pet Friendly

4. Retos y oportunidades del Turismo Pet Friendly

4.1. Normativas y regulaciones sobre turismo con mascotas

4.2. Sostenibilidad y convivencia en destinos Pet Friendly

4.3. Innovaciones y tendencias en el turismo con mascotas

4.4. El futuro del turismo Pet Friendly y su impacto en la industria



CURSOS EN FORMATO PRESENCIAL

Curso 1: Motivación y creatividad

1. La importancia de la comunicación en el sector turístico

- 1.1. Características del turismo en el nordeste de Segovia
- 1.2. La relación entre comunicación y experiencia del cliente
- 1.3. Desafíos actuales en la comunicación turística

2. Claves para una comunicación turística efectiva

- 2.1. Identidad y posicionamiento de una empresa turística
- 2.2. El papel de la imagen, el lenguaje y la narrativa
- 2.3. Estrategias de comunicación para pequeños negocios turísticos

3. La comunicación turística en la era digital

- 3.1. Evolución de los hábitos de consumo de los turistas
- 3.2. La importancia de la presencia digital en el turismo rural
- 3.3. Canales digitales clave: redes sociales, web, email marketing

4. Herramientas TIC para mejorar la comunicación en turismo

- 4.1. Plataformas de gestión de clientes (CRM) y reservas
- 4.2. Aplicaciones de automatización de respuestas y atención al cliente
- 4.3. Uso de WhatsApp Business, Google My Business y otras herramientas gratuitas

5. Aplicación práctica y casos de éxito en las Hoces del Duratón

- 5.1. Ejemplos de empresas locales con estrategias digitales exitosas
- 5.2. Práctica: Creación de una estrategia de comunicación para un negocio turístico
- 5.3. Recursos adicionales y materiales complementarios



Curso 2: Redes sociales

1. Las Redes Sociales en la Promoción Turística

- 1.1. Características y beneficios de las redes sociales en el sector turístico
- 1.2. Plataformas digitales y su impacto en la promoción turística
- 1.3. Gestión de redes en cultura y turismo: buenas prácticas
- 1.4. Casos de éxito y ejemplos prácticos

2. Instagram para Empresas Turísticas

- 2.1. Introducción a Instagram como herramienta de marketing
- 2.2. Vocabulario básico y funciones clave
- 2.3. Creación y optimización de una cuenta profesional

3. Uso Estratégico de Instagram para Atraer Turistas

- 3.1. Creación de contenido atractivo: imágenes, reels y stories
- 3.2. Publicación y programación de contenido desde el móvil y PC
- 3.3. Estrategias para aumentar el engagement y ganar visibilidad
- 3.4. Cómo darse a conocer y atraer seguidores de calidad
- 3.5. Publicidad en Instagram: campañas y anuncios efectivos

4. Herramientas para la Gestión de Redes Sociales en Turismo

- 4.1. Herramientas de programación y automatización de publicaciones
- 4.2. Análisis de métricas y seguimiento del rendimiento
- 4.3. Aplicaciones para diseño y edición de contenido visual
- 4.4. Plataformas de gestión de campañas y publicidad

5. Contenidos para Redes Sociales en Turismo

- 5.1. Creación de estrategias de contenido para empresas turísticas
- 5.2. Storytelling y contenido visual en la promoción turística
- 5.3. Contenido orgánico vs. contenido patrocinado
- 5.4. Colaboraciones con influencers y embajadores de marca
- 5.5. Tendencias y novedades en la comunicación digital para turismo



Curso 3: Publicidad online

1.SEO en el sector turístico: Diseño de la estrategia de posicionamiento orgánico en buscadores:

- 1.1. Introducción al posicionamiento orgánico.
- 1.2. Estudio de palabras clave.
- 1.3. Estructura de la página.
- 1.4. Google Search Console.
- 1.5. Creación de contenidos optimizados para SEO

2.Marketing para destinos turísticos:

- 2.1. Introducción al marketing de destinos turísticos.
- 2.2. El marketing mix en destinos turísticos.
- 2.3. La demanda aplicada al marketing en destinos turísticos.
- 2.4. Marketing en redes sociales.
- 2.5. Email marketing para destinos turísticos
- 2.6. Técnicas de retargeting y fidelización del turista

Curso 4: Inteligencia Artificial

1.En qué consiste la inteligencia artificial (IA)

- 1.1. Historia de la inteligencia artificial
- 1.2. Aplicaciones de la inteligencia artificial en la actualidad
- 1.3. Tecnologías asociadas a la inteligencia artificial
- 1.4. Principales conceptos y términos de la IA.

2.La importancia de los datos en la IA

- 2.1. ¿Qué son los datos y por qué son clave en la IA?
- 2.2. Tipos de datos necesarios para entrenar modelos de IA
- 2.3. Cómo obtener, limpiar y preparar los datos para la IA
- 2.4. Ética y privacidad en el uso de datos

3.Qué se puede y no se puede hacer con la IA

- 3.1. Capacidades actuales de la IA en diversas industrias
- 3.2. Limitaciones y desafíos de la inteligencia artificial



3.3. Cómo empezar a crear métodos de IA: herramientas y enfoques

3.4. Implicaciones sociales y éticas del uso de IA

4. Ejemplos prácticos de la aplicación de la inteligencia artificial en la industria turística

4.1. Personalización de la experiencia del cliente con IA

4.2. Chatbots y asistentes virtuales para atención al cliente en turismo

4.3. Uso de IA para prever tendencias y optimizar precios en tiempo real

4.4. Implementación de sistemas de recomendación basados en IA

4.5. Optimización de la gestión de destinos turísticos utilizando IA

5. Taller práctico de IA

5.1. Introducción al uso de herramientas de IA accesibles para el sector turístico

5.2. Creación de un pequeño proyecto de IA aplicado al turismo

5.3. Taller team building: Aplicación colaborativa de IA en equipo

6. Aplicación práctica y casos de éxito en las Hoces del Duratón

6.1. Ejemplos de empresas locales con estrategias digitales exitosas

6.2. Práctica: Creación de una estrategia de comunicación para un negocio turístico utilizando IA.



CURSOS EN FORMATO WEBINAR

Webinar 1. Diseño y conceptualización de productos turísticos

1. Recursos y atractivos turísticos: Tipología de turismo

- 1.1. Definiciones clave: recursos y atractivos turísticos
- 1.2. Tipos de turismo.
- 1.3. Caso de estudio: Las Hoces en Segovia
- 1.4. Actividad interactiva: identificación de atractivos turísticos locales

2. Componentes del producto turístico

- 2.1. Definición y características del producto turístico
- 2.2. Componentes esenciales.
- 2.3. Ejemplo aplicado a Las Hoces
- 2.4. Actividad interactiva: análisis de componentes en destinos turísticos

3. Definición del mercado target

- 3.1. Segmentación del mercado turístico: geográfica, demográfica, psicográfica y conductual
- 3.2. Ejemplo de mercado target en Las Hoces
- 3.3. Actividad interactiva: definición del turista ideal

4. Conceptualización del producto turístico

- 4.1. Fases de desarrollo del producto: idea, diseño, prueba piloto y lanzamiento
- 4.2. Caso de estudio: "Ruta del Silencio" en Las Hoces
- 4.3. Actividad grupal: diseño de una experiencia turística innovadora

5. Los productos turísticos de hoy en día y su aplicación en Las Hoces

- 5.1. Tendencias actuales: sostenibilidad, personalización, tecnología y turismo slow
- 5.2. Aplicaciones prácticas en Las Hoces: ecoturismo, turismo fotográfico y experiencial
- 5.3. Actividad de cierre: discusión sobre oportunidades y desafíos del turismo en la región



6. Conclusiones

- 6.1. Importancia del diseño de productos turísticos
- 6.2. Potencial del turismo en Las Hoces

Webinar 2. Comercialización de productos turísticos

1. Segmentación del mercado

- 1.1. Concepto e importancia de la segmentación en turismo
- 1.2. Tipos de segmentación del mercado turístico
- 1.3. Identificación del mercado objetivo

2. Promoción y comercialización del producto turístico en función del mercado objetivo

- 2.1. Canales de comercialización turística
- 2.2. Estrategias de promoción turística
- 2.3. Estrategias de *pricing* y ofertas atractivas
- 2.4. Tendencias en la promoción y comercialización de productos turísticos

3. El mercado turístico hoy en día

- 3.1. Evolución del comportamiento del consumidor turístico
- 3.2. Impacto de la digitalización en el turismo
- 3.3. Turismo post-pandemia: nuevas demandas y expectativas
- 3.4. Sostenibilidad y turismo responsable como factor de compra
- 3.5. Innovaciones tecnológicas en la comercialización turística

4. Estudio de casos reales

- 4.1. Análisis de campañas exitosas en comercialización turística
- 4.2. Casos de destinos o empresas con estrategias innovadoras
- 4.3. Aprendizajes clave y aplicación en el mercado actual

Webinar 3. El desarrollo turístico sostenible. La prioridad de los destinos turísticos

1. Definir y conceptualizar productos y servicios sostenibles

- 1.1. ¿Qué es un producto turístico sostenible?
- 1.2. Principios clave de la sostenibilidad en turismo
- 1.3. Diferencias entre turismo sostenible, ecoturismo y turismo responsable
- 1.4. Beneficios de la sostenibilidad para destinos y empresas

2. El turismo sostenible

- 2.1. Impactos del turismo en el medio ambiente y la sociedad
- 2.2. Estrategias para minimizar el impacto ambiental
- 2.3. El papel del sector privado en el turismo sostenible
- 2.4. Regulaciones y certificaciones en sostenibilidad turística

3. Los destinos sostenibles

- 3.1. Características de un destino sostenible
- 3.2. Políticas y estrategias de sostenibilidad en destinos turísticos
- 3.3. Movilidad sostenible en el turismo
- 3.4. Casos de éxito en la gestión de destinos sostenibles

4. El turista comprometido

- 4.1. Perfil del turista sostenible: motivaciones y comportamiento
- 4.2. Cómo fomentar el turismo responsable entre los viajeros
- 4.3. Herramientas y tecnologías para educar al turista sobre sostenibilidad
- 4.4. Campañas de concienciación y marketing verde

5. Segovia: destino sostenible

- 5.1. Estrategias implementadas en Segovia para la sostenibilidad
- 5.2. Políticas de conservación del patrimonio y el entorno
- 5.3. Iniciativas locales y participación de la comunidad

6. Casos de éxito de productos y destinos sostenibles

- 6.1. Empresas y productos turísticos comprometidos con la sostenibilidad
- 6.2. Innovaciones tecnológicas aplicadas al turismo sostenible
- 6.3. Lecciones aprendidas y oportunidades de mejora



Webinar 4. Comunicación turística efectiva

1. Herramientas para reforzar la comunicación en tiempos de crisis

- 1.1. Importancia de la comunicación en situaciones difíciles
- 1.2. Canales efectivos para comunicación en turismo
- 1.3. Estrategias de respuesta rápida y gestión de crisis
- 1.4. Caso de estudio: marcas que gestionaron crisis con éxito

2. Elaborar un plan de comunicación y ejecución práctica

- 2.1. Componentes clave de un plan de comunicación turística
- 2.2. Personalización y segmentación en la comunicación con clientes
- 2.3. Storytelling y marketing emocional en turismo
- 2.4. Medición de impacto y mejora continua

3. Casos prácticos reales

- 3.1. Empresas turísticas con estrategias de comunicación efectivas
- 3.2. Análisis de campañas exitosas en turismo
- 3.3. Errores comunes en la comunicación turística y cómo evitarlos
- 3.4. Aplicación práctica de lo aprendido a situaciones reales

Webinar 5. Herramientas TIC para mejorar la comunicación

1. Estrategias y planificación de la comunicación para canales como la web, el correo electrónico, las redes sociales o los medios de comunicación

- 1.1. La comunicación a través de la página web
- 1.2. La comunicación a través del correo electrónico
- 1.3. La comunicación en redes sociales
- 1.4. La comunicación en medios de comunicación

2. Herramientas TIC específicas para la comunicación en turismo

- 2.1. Plataformas de gestión de relaciones con clientes (CRM)
- 2.2. Herramientas de gestión de contenidos (CMS)
- 2.3. Plataformas de análisis de datos y métricas

3. Casos prácticos de herramientas TIC en la comunicación turística



- 3.1. Caso 1: Uso de un CRM en una agencia de viajes
- 3.2. Caso 2: Estrategia de email marketing para una cadena hotelera
- 3.3. Caso 3: Uso de redes sociales en la promoción de un destino turístico
- 3.4. Caso 4: Implementación de chatbots en la comunicación de un hotel

Webinar 6. Diseño de la estrategia de posicionamiento orgánico en buscadores para el sector turístico

1. Fundamentos estratégicos del SEO

- 1.1. Importancia del SEO en el entorno digital
- 1.2. Motores de búsqueda y su funcionamiento
- 1.3. Factores clave para el posicionamiento web

2. Identificación de palabras clave y términos de búsqueda

- 2.1. Tipos de palabras clave y su relevancia
- 2.2. Herramientas para la investigación de palabras clave
- 2.3. Análisis de la intención de búsqueda
- 2.4. Implementación de palabras clave en contenido y estructura web

3. Diseño de la estructura web y experiencia de usuario (CX)

- 3.1. Arquitectura de la información y navegabilidad
- 3.2. Optimización del tiempo de carga y rendimiento web
- 3.3. Diseño responsive y su impacto en SEO
- 3.4. Accesibilidad y usabilidad web

4. Creación y optimización de contenido para SEO

- 4.1. Tipos de contenido para el posicionamiento web
- 4.2. Estrategias de contenido evergreen y trending
- 4.3. Técnicas de redacción SEO-friendly
- 4.4. Uso de imágenes, videos y otros formatos multimedia



5. Estrategia de link building y enlaces entrantes

- 5.1. Tipos de enlaces y su impacto en SEO
- 5.2. Técnicas de link building efectivas
- 5.3. Evaluación y monitoreo de enlaces
- 5.4. Prevención de penalizaciones por enlaces tóxicos

6. Casos prácticos de estrategias SEO exitosas

- 6.1. Caso 1: Optimización SEO para una tienda en línea
- 6.2. Caso 2: Estrategia de contenidos para un blog de nicho
- 6.3. Caso 3: Link building para una startup tecnológica
- 6.4. Caso 4: SEO local para un negocio físico

Webinar 7. El turismo rural en el año 2024.

Perspectivas de futuro

1. El turismo rural: pasado y presente

- 1.1. Orígenes y evolución del turismo rural
- 1.2. Impacto del turismo rural en el desarrollo local
- 1.3. Tendencias recientes y cambios en la demanda
- 1.4. Factores clave que han impulsado el turismo rural

2. Perspectivas de desarrollo del turismo rural

- 2.1. Innovaciones y digitalización en el turismo rural
- 2.2. Turismo sostenible y su importancia en el medio rural
- 2.3. Nuevos modelos de negocio y experiencias turísticas emergentes
- 2.4. Retos y oportunidades para el futuro del turismo rural

3. La competitividad del destino turístico

- 3.1. Estrategias para mejorar la oferta turística rural
- 3.2. Calidad de los servicios y diferenciación del destino
- 3.3. Marketing digital y promoción de destinos rurales
- 3.4. Colaboración entre actores locales y turismo comunitario

4. Comportamiento del turista rural hoy en día



- 4.1. Perfil del turista rural en 2024
- 4.2. Factores que influyen en la elección del destino
- 4.3. Expectativas y experiencias más demandadas
- 4.4. El papel de las redes sociales en la decisión del viajero

5. Estudios de casos de éxito

- 5.1. Caso 1: Recuperación de pueblos abandonados a través del turismo
- 5.2. Caso 2: Uso de tecnología para mejorar la experiencia turística rural
- 5.3. Caso 3: Estrategias sostenibles implementadas en destinos rurales
- 5.4. Caso 4: Cooperación entre comunidades locales y empresas turísticas

Webinar 8. Atención al viajero

1. El COVID-19 y su impacto en la industria turística

- 1.1. Cambios en las dinámicas de viaje y turismo
- 1.2. Medidas sanitarias y protocolos en el sector
- 1.3. Recuperación y adaptación de la industria turística
- 1.4. Consecuencias económicas y sociales en el turismo

2. Características del viajero

- 2.1. Perfil y segmentación del turista
- 2.2. Motivaciones y factores de decisión de viaje
- 2.3. Preferencias y expectativas del viajero
- 2.4. Impacto cultural y social del turismo

3. Nuevas formas de atención al cliente

- 3.1. Evolución en la atención y servicio al viajero
- 3.2. Personalización y experiencia del cliente
- 3.3. Atención omnicanal y estrategias de comunicación
- 3.4. Satisfacción y fidelización del turista

4. Las nuevas tecnologías

- 4.1. Innovaciones en la atención al viajero
- 4.2. Inteligencia artificial y automatización en el turismo
- 4.3. Uso de aplicaciones y plataformas digitales
- 4.4. Big Data y análisis de comportamiento del viajero



Webinar 9. El ecoturismo

1. El ecoturismo: conceptualización

- 1.1. Definición y principios del ecoturismo
- 1.2. Diferencias entre ecoturismo y turismo convencional
- 1.3. Beneficios ambientales, sociales y económicos
- 1.4. Normativas y certificaciones en ecoturismo

2. El ecoturista: características, comportamiento y necesidades

- 2.1. Perfil del ecoturista y sus motivaciones
- 2.2. Preferencias y expectativas en experiencias sostenibles
- 2.3. Impacto del comportamiento del ecoturista en los destinos
- 2.4. Educación ambiental y sensibilización del viajero

3. Productos y servicios eco: un modelo de negocio sostenible

- 3.1. Desarrollo de experiencias y actividades ecoturísticas
- 3.2. Alojamiento y gastronomía sostenible
- 3.3. Comercialización y promoción de productos eco-friendly
- 3.4. Desafíos y oportunidades para el ecoturismo