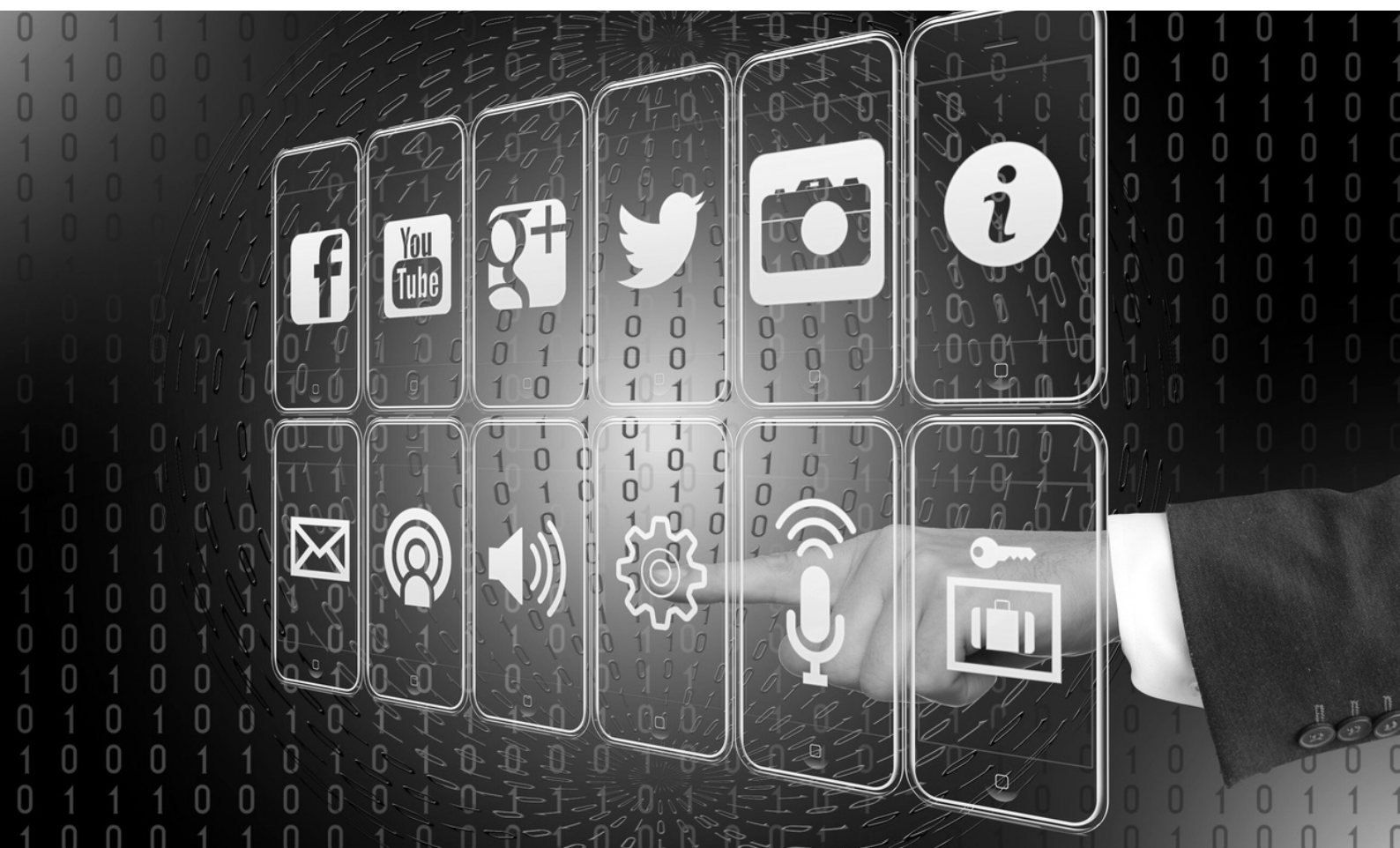


GUÍA DIDÁCTICA

DIGITALIZACIÓN Y RRSS COMO ESTRATEGIA CORPORATIVA EN EL SECTOR TURÍSTICO



A hand is pointing towards a central digital globe. The globe is surrounded by various icons: an '@' symbol, a laptop, a group of three people, a globe, and a Wi-Fi symbol. The background is dark blue with binary code (0s and 1s) and a dashed line forming a circle around the globe. A yellow diagonal bar is in the top left corner.

ONLINE
MARKETING

REINVENTATE
EN
DIGITAL

DATOS GENERALES DE LA ACCIÓN FORMATIVA

DESCRIPCIÓN

Este curso proporciona una formación integral y progresiva en competencias digitales aplicadas a la gestión turística. El enfoque didáctico está alineado con el Marco de competencia digital DigComp 2.2 en nivel intermedio y responde a las demandas actuales del sector turístico en contextos digitales dinámicos y en evolución constante. Todo ello combinando contenidos teóricos y actividades prácticas orientadas al desarrollo profesional. Se estructura en cuatro módulos que permiten avanzar desde la comprensión del comercio electrónico y la administración digital hasta la implementación de campañas estratégicas en redes sociales. La propuesta metodológica fomenta la construcción activa del conocimiento mediante el análisis de situaciones reales, el uso autónomo de herramientas digitales y el trabajo colaborativo en entornos virtuales.

Cada unidad didáctica responde a un enfoque combinado de competencias, donde se articulan habilidades técnicas con soft skills relevantes para el sector turístico. Los contenidos están diseñados para reforzar el pensamiento crítico, la resolución de problemas técnicos y la capacidad para crear y comunicar de forma efectiva. Se promueve una práctica profesional segura y responsable en entornos digitales, especialmente en lo relativo al tratamiento de datos personales y la interacción con plataformas colaborativas.

El itinerario culmina en un proyecto final que integra todos los aprendizajes previos a través del diseño y programación de una campaña en redes sociales orientada a la captación de clientes. Esta estructura garantiza que los participantes no solo adquieran conocimientos técnicos, sino que desarrollen autonomía, adaptabilidad y capacidad de aplicación práctica inmediata.

DATOS GENERALES DE LA ACCIÓN FORMATIVA

DURACIÓN

150 horas

OBJETIVO GENERAL

Proporcionar a los participantes los conocimientos y habilidades necesarios para implementar estrategias digitales y utilizar las redes sociales como herramienta clave para la promoción y gestión de empresas turísticas, mediante el uso efectivo de herramientas de comercio electrónico, administración electrónica y marketing digital, con un enfoque en la seguridad, la comunicación y la colaboración digital.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Conocer las diferencias entre comercio electrónico y tradicional.
- Realizar trámites y comunicaciones seguras con administraciones públicas.
- Utilizar tecnologías digitales para la gestión empresarial y la resolución de problemas.
- Diseñar planes de marketing digital para empresas turísticas.
- Aplicar herramientas de marketing digital, como email y redes sociales.
- Gestionar transacciones electrónicas de forma segura.

METODOLOGÍA

El curso se impartirá bajo una metodología online, en la que están presentes:

■ **Contenidos teóricos:** sesiones online enfocadas en los fundamentos teóricos con actividades y ejercicios que refuerzan y ayudan a la asimilación de contenidos.

■ **Prácticas:** tutorías online organizadas por la Cámara, orientadas a aplicar y consolidar los conocimientos mediante ejercicios prácticos y proyectos.

DISTRIBUCIÓN DE UNIDADES

MÓDULO 1

E-commerce

CARGA LECTIVA

30 horas

MARCO DE COMPETENCIAS DIGITALES PARA LA CIUDADANÍA



Área

A1. Informatización y alfabetización de datos



Área

A3. Creación de contenidos digitales



Área

A4. Seguridad



Área

A5. Resolución de problemas

DISTRIBUCIÓN DE UNIDADES

MOD1 UNIDAD 1

Mercado electrónico frente al mercado tradicional

OBJETIVO DE LA UNIDAD

Identificar los elementos clave del comercio electrónico frente al tradicional para comprender sus implicaciones en la gestión turística.

MARCO DE COMPETENCIAS DIGITALES PARA LA CIUDADANÍA



Área

A1. Informatización y alfabetización de datos

Articular necesidades de información, buscar datos, información y contenidos en entornos digitales, acceder y navegar por ellos. Juzgar la relevancia de la fuente y su contenido. Almacenar, gestionar y organizar datos digitales, información y contenidos.

Competencias asociadas



1.1 Navegar, buscar y filtrar datos, información y contenidos digitales del sector turístico

1.2 Evaluar datos del sector turístico y contenidos digitales

DISTRIBUCIÓN DE UNIDADES



Nivel

Intermedio

1.1 Navegar, buscar y filtrar datos, información y contenidos digitales del sector turístico

- Explicar mis necesidades de información turística.
- Realizar búsquedas rutinarias y bien definidas para encontrar información, datos y contenidos en entornos digitales del sector turístico.
- Explicar cómo acceder y navegar por ellos.
- Explicar estrategias personales de búsqueda rutinarias y bien definidas.
- Exponer necesidades de información turística.
- Organizar búsquedas de datos, informaciones y contenidos turísticos en entornos digitales.
- Describir cómo acceder a estos datos e informaciones, contenidos turísticos y navegar por ellos.
- Organizar estrategias de búsqueda personales.

1.2 Evaluar datos del sector turístico y contenidos digitales

- Realizar análisis, comparaciones y evaluaciones de fiabilidad y seriedad de fuentes de información, datos y contenidos digitales bien definidos.
- Realizar análisis, interpretaciones y evaluaciones de datos, informaciones y contenidos digitales concretos bien definidos.
- Realizar análisis, comparaciones y evaluaciones de fuentes de datos, información y contenidos digitales.
- Realizar análisis, interpretaciones y evaluaciones de datos, información y contenidos digitales.

DISTRIBUCIÓN DE UNIDADES



Área

A5. Resolución de problemas

Identificar necesidades y problemas, y resolver problemas conceptuales y situaciones problemáticas en el entorno digital. Utilizar herramientas digitales para innovar procesos y productos para mantenerse al día con la evolución digital.



Competencias asociadas

- 5.2 Identificar necesidades tecnológicas
- 5.3 Usar tecnología de forma creativa



Nivel

Intermedio

5.2 Identificar necesidades tecnológicas

- Indicar necesidades bien definidas y rutinarias.
- Seleccionar herramientas digitales bien definidas y rutinarias y posibles respuestas tecnológicas para resolver esas necesidades.
- Seleccionar formas bien definidas y rutinarias de ajustar y personalizar los entornos digitales a las necesidades personales.
- Explicar las necesidades.
- Seleccionar las herramientas digitales y las posibles respuestas tecnológicas para resolver esas necesidades.
- Seleccionar formas de ajustar y personalizar los entornos digitales a las necesidades personales.

5.3 Usar tecnología de forma creativa

- Seleccionar las herramientas y tecnologías digitales que pueden utilizarse para crear conocimientos y procesos y productos innovadores bien definidos.

DISTRIBUCIÓN DE UNIDADES

- Participar individual y colectivamente en algún tipo de procesamiento cognitivo para comprender y resolver problemas conceptuales y situaciones problemáticas bien definidas y rutinarias en entornos digitales.
- Diferenciar las herramientas y tecnologías digitales que pueden utilizarse para crear conocimiento e innovar procesos y productos.
- Diferenciar las herramientas y tecnologías digitales que pueden utilizarse para crear conocimiento e innovar procesos y productos.



Área

A3. Creación de contenidos digitales

Crear y editar contenidos digitales. Mejorar e integrar la información y contenidos en un cuerpo de conocimientos existente, al tiempo que se comprende cómo deben aplicarse los derechos de autor y las licencias. Saber cómo elaborar instrucciones comprensibles para un sistema informático.

Competencias asociadas



3.1 Desarrollo de contenidos

3.2 Integración y elaboración de contenidos digitales



Nivel

Intermedio

3.1 Desarrollo de contenidos

- Indicar las formas de crear y editar una rutina bien definida contenido en formatos bien definidos y rutinarios.

DISTRIBUCIÓN DE UNIDADES

- Expresarme a través de la creación de medios digitales bien definidos y rutinarios.
- Indicar formas de crear y editar contenidos en diferentes formatos.
- Expresarme a través de la creación de medios digitales.

3.2 Integración y elaboración de contenidos digitales

- Explicar formas de modificar, perfeccionar, mejorar e integrar elementos bien definidos de nuevos contenidos e información para crear otros nuevos y originales.
- Debatir las formas de modificar, perfeccionar, mejorar e integrar nuevos contenidos e información para crear otros nuevos y originales.

DISTRIBUCIÓN DE UNIDADES

MOD1 UNIDAD 2

Normativa de seguridad en las transacciones

OBJETIVO DE LA UNIDAD

Aplicar criterios normativos y técnicos para garantizar la seguridad de las transacciones en contextos digitales turísticos.

MARCO DE COMPETENCIAS DIGITALES PARA LA CIUDADANÍA



Área

A4. Seguridad

Proteger los dispositivos, los contenidos, los datos personales y la privacidad en entornos digitales. Proteger la salud física y salud psicológica, y ser conscientes de las tecnologías digitales el bienestar social y la inclusión social. Ser conscientes del impacto medioambiental de las tecnologías digitales y su uso.



Competencias asociadas

4.1 Protección de dispositivos

4.2 Protección de datos personales y privacidad

DISTRIBUCIÓN DE UNIDADES



Nivel

Intermedio

4.1 Protección de dispositivos

- Indicar formas bien definidas y rutinarias de proteger mis dispositivos y contenidos digitales.
- Diferenciar los riesgos y amenazas bien definidos y habituales en los entornos digitales.
- Seleccionar medidas de seguridad y protección bien definidas y rutinarias.
- Indicar formas bien definidas y rutinarias de tener en cuenta la fiabilidad y la privacidad.
- Organizar formas de proteger mis dispositivos y contenidos digitales.
- Diferenciar los riesgos y las amenazas en los entornos digitales.
- Seleccionar medidas de seguridad y protección.
- Explicar las formas de tener en cuenta la fiabilidad y la privacidad.

4.2 Protección de datos personales y privacidad

- Explicar formas bien definidas y rutinarias de proteger mis datos personales y mi privacidad en entornos digitales.
- Explicar formas bien definidas y rutinarias de utilizar y compartir la información personal identificable, protegiéndome a mí y a los demás de los daños.
- Indicar declaraciones de política de privacidad bien definidas y rutinarias sobre el uso de los datos personales en los servicios digitales.

DISTRIBUCIÓN DE UNIDADES



Área

A5. Resolución de problemas

Identificar necesidades y problemas, y resolver problemas conceptuales y situaciones problemáticas en el entorno digital. Utilizar herramientas digitales para innovar procesos y productos para mantenerse al día con la evolución digital.



Competencias asociadas

5.1 Resolver problemas técnicos

5.2 Identificar necesidades tecnológicas



Nivel

Intermedio

5.1 Resolver problemas técnicos

- Indicar problemas técnicos bien definidos y rutinarios al manejar dispositivos y utilizar entornos digitales.
- Indicar problemas técnicos bien definidos y rutinarios al manejar dispositivos y utilizar entornos digitales.
- Evaluar los problemas técnicos al utilizar entornos digitales y manejar dispositivos digitales.
- Aplicarles diferentes soluciones.

5.2 Identificar necesidades tecnológicas

- Indicar necesidades bien definidas y rutinarias.
- Seleccionar herramientas digitales bien definidas y rutinarias y posibles respuestas tecnológicas para resolver esas necesidades.
- Seleccionar formas de ajustar y personalizar los entornos digitales a las necesidades personales.

DISTRIBUCIÓN DE UNIDADES

MOD1 UNIDAD 3

Gestión segura de transacciones

OBJETIVO DE LA UNIDAD

Integrar prácticas seguras para la gestión de pagos y datos personales en plataformas de comercio electrónico turístico.

MARCO DE COMPETENCIAS DIGITALES PARA LA CIUDADANÍA



Área

A4. Seguridad

Proteger los dispositivos, los contenidos, los datos personales y la privacidad en entornos digitales. Proteger la salud física y salud psicológica, y ser conscientes de las tecnologías digitales el bienestar social y la inclusión social. Ser conscientes del impacto medioambiental de las tecnologías digitales y su uso.



Competencias asociadas

4.1 Protección de dispositivos

4.2 Protección de datos personales y privacidad

DISTRIBUCIÓN DE UNIDADES



Nivel

Intermedio

4.1 Protección de dispositivos

- Indicar formas bien definidas y rutinarias de proteger mis dispositivos y contenidos digitales.
- Diferenciar los riesgos y amenazas bien definidos y habituales en los entornos digitales.
- Seleccionar medidas de seguridad y protección bien definidas y rutinarias.
- Indicar formas bien definidas y rutinarias de tener en cuenta la fiabilidad y la privacidad.
- Organizar formas de proteger mis dispositivos y contenidos digitales.
- Diferenciar los riesgos y las amenazas en los entornos digitales.
- Seleccionar medidas de seguridad y protección.
- Explicar las formas de tener en cuenta la fiabilidad y la privacidad.

4.2 Protección de datos personales y privacidad

- Explicar formas bien definidas y rutinarias de proteger mis datos personales y mi privacidad en entornos digitales.
- Explicar formas bien definidas y rutinarias de utilizar y compartir la información personal identificable, protegiéndome a mí y a los demás de los daños.
- Indicar declaraciones de política de privacidad bien definidas y rutinarias sobre el uso de los datos personales en los servicios digitales.

DISTRIBUCIÓN DE UNIDADES

MÓDULO 2

Administración electrónica

CARGA LECTIVA

30 horas

MARCO DE COMPETENCIAS DIGITALES PARA LA CIUDADANÍA



Área

A2. Comunicación y colaboración



Área

A4. Seguridad



Área

A5. Resolución de problemas

DISTRIBUCIÓN DE UNIDADES

MOD2 UNIDAD 1

Manejo seguro de intercambio de información y gestión de trámites con las administraciones públicas

OBJETIVO DE LA UNIDAD

Utilizar canales digitales para gestionar trámites administrativos con enfoque colaborativo y seguro en el ámbito turístico.

MARCO DE COMPETENCIAS DIGITALES PARA LA CIUDADANÍA



Área

A2. Comunicación y colaboración

Participar en la sociedad a través del uso de los servicios digitales públicos y privados. Buscar oportunidades de auto empoderamiento y para una ciudadanía participativa a través de tecnologías digitales apropiadas.



Competencias asociadas

2.1 Interactuar a través de tecnologías digitales

DISTRIBUCIÓN DE UNIDADES



Nivel

Intermedio

2.1 Interactuar a través de tecnologías digitales

- Realizar interacciones rutinarias y sencillas con tecnologías digitales.
- Seleccionar medios de comunicación apropiados para un contexto turístico dado.
- Seleccionar diferentes tecnologías digitales para interactuar.
- Seleccionar diversos medios de comunicación apropiados para un contexto turístico determinado.



Área

A4. Seguridad

Proteger los dispositivos, los contenidos, los datos personales y la privacidad en entornos digitales. Proteger la salud física y salud psicológica, y ser conscientes de las tecnologías digitales el bienestar social y la inclusión social. Ser conscientes del impacto medioambiental de las tecnologías digitales y su uso.



Competencias asociadas

4.1 Protección de dispositivos

4.2 Protección de datos personales y privacidad

DISTRIBUCIÓN DE UNIDADES



Nivel

Intermedio

4.1 Protección de dispositivos

- Indicar formas bien definidas y rutinarias de proteger mis dispositivos y contenidos digitales.
- Diferenciar los riesgos y amenazas bien definidos y habituales en los entornos digitales.
- Seleccionar medidas de seguridad y protección bien definidas y rutinarias.
- Indicar formas bien definidas y rutinarias de tener en cuenta la fiabilidad y la privacidad.
- Organizar formas de proteger mis dispositivos y contenidos digitales.
- Diferenciar los riesgos y las amenazas en los entornos digitales.
- Seleccionar medidas de seguridad y protección.
- Explicar las formas de tener en cuenta la fiabilidad y la privacidad.

4.2 Protección de datos personales y privacidad

- Explicar formas bien definidas y rutinarias de proteger mis datos personales y mi privacidad en entornos digitales.
- Explicar formas bien definidas y rutinarias de utilizar y compartir la información personal identificable, protegiéndome a mí y a los demás de los daños.
- Indicar declaraciones de política de privacidad bien definidas y rutinarias sobre el uso de los datos personales en los servicios digitales.

DISTRIBUCIÓN DE UNIDADES

MOD2 UNIDAD 2

Las nuevas relaciones con la administración

OBJETIVO DE LA UNIDAD

Evaluar y adaptar herramientas digitales para redefinir la relación entre empresas turísticas y administración pública.

MARCO DE COMPETENCIAS DIGITALES PARA LA CIUDADANÍA



Área

A5. Resolución de problemas

Identificar necesidades y problemas, y resolver problemas conceptuales y situaciones problemáticas en el entorno digital. Utilizar herramientas digitales para innovar procesos y productos para mantenerse al día con la evolución digital.

Competencias asociadas



- 5.1 Resolver problemas técnicos
- 5.2 Identificar necesidades tecnológicas
- 5.3 Usar tecnología de forma creativa
- 5.4 Identificar carencias de competencias digitales

DISTRIBUCIÓN DE UNIDADES



Nivel

Intermedio

5.1 Resolver problemas técnicos

- Indicar problemas técnicos bien definidos y rutinarios al manejar dispositivos y utilizar entornos digitales.
- Indicar problemas técnicos bien definidos y rutinarios al manejar dispositivos y utilizar entornos digitales.
- Evaluar los problemas técnicos al utilizar entornos digitales y manejar dispositivos digitales.
- Aplicarles diferentes soluciones.

5.2 Identificar necesidades tecnológicas

- Indicar necesidades bien definidas y rutinarias.
- Seleccionar herramientas digitales bien definidas y rutinarias y posibles respuestas tecnológicas para resolver esas necesidades.
- Seleccionar formas bien definidas y rutinarias de ajustar y personalizar los entornos digitales a las necesidades personales.
- Explicar las necesidades.
- Seleccionar las herramientas digitales y las posibles respuestas tecnológicas para resolver esas necesidades.
- Seleccionar formas de ajustar y personalizar los entornos digitales a las necesidades personales.

DISTRIBUCIÓN DE UNIDADES

5.3 Usar tecnología de forma creativa

- Seleccionar las herramientas y tecnologías digitales que pueden utilizarse para crear conocimientos y procesos y productos innovadores bien definidos.
- Participar individual y colectivamente en algún tipo de procesamiento cognitivo para comprender y resolver problemas conceptuales y situaciones problemáticas bien definidas y rutinarias en entornos digitales.
- Diferenciar las herramientas y tecnologías digitales que pueden utilizarse para crear conocimiento e innovar procesos y productos.
- Diferenciar las herramientas y tecnologías digitales que pueden utilizarse para crear conocimiento e innovar procesos y productos.

5.4 Identificar carencias de competencias digitales

- Explicar en qué aspectos es necesario mejorar o actualizar mi competencia digital.
- Indicar dónde buscar oportunidades bien definidas de autodesarrollo y mantenerse al día con la evolución digital.
- Debatir sobre los aspectos en los que es necesario mejorar o actualizar mi competencia digital.
- Indicar cómo apoyar a otros para que desarrollen su competencia digital.

DISTRIBUCIÓN DE UNIDADES

MOD2 UNIDAD 3

Trámites *online*

OBJETIVO DE LA UNIDAD

Resolver incidencias comunes en trámites digitales mediante soluciones técnicas contextualizadas al sector turístico.

MARCO DE COMPETENCIAS DIGITALES PARA LA CIUDADANÍA



Área

A4. Seguridad

Proteger los dispositivos, los contenidos, los datos personales y la privacidad en entornos digitales. Proteger la salud física y salud psicológica, y ser conscientes de las tecnologías digitales el bienestar social y la inclusión social. Ser conscientes del impacto medioambiental de las tecnologías digitales y su uso.



Competencias asociadas

4.1 Protección de dispositivos

4.2 Protección de datos personales y privacidad

DISTRIBUCIÓN DE UNIDADES



Nivel

Intermedio

4.1 Protección de dispositivos

- Indicar formas bien definidas y rutinarias de proteger mis dispositivos y contenidos digitales.
- Diferenciar los riesgos y amenazas bien definidos y habituales en los entornos digitales.
- Seleccionar medidas de seguridad y protección bien definidas y rutinarias.
- Indicar formas bien definidas y rutinarias de tener en cuenta la fiabilidad y la privacidad.
- Organizar formas de proteger mis dispositivos y contenidos digitales.
- Diferenciar los riesgos y las amenazas en los entornos digitales.
- Seleccionar medidas de seguridad y protección.
- Explicar las formas de tener en cuenta la fiabilidad y la privacidad.

4.2 Protección de datos personales y privacidad

- Explicar formas bien definidas y rutinarias de proteger mis datos personales y mi privacidad en entornos digitales.
- Explicar formas bien definidas y rutinarias de utilizar y compartir la información personal identificable, protegiéndome a mí y a los demás de los daños.
- Indicar declaraciones de política de privacidad bien definidas y rutinarias sobre el uso de los datos personales en los servicios digitales.

DISTRIBUCIÓN DE UNIDADES

MOD2 UNIDAD 4

Conocimiento de los sistemas de identificación a través de internet

OBJETIVO DE LA UNIDAD

Configurar y gestionar identidades digitales para realizar gestiones profesionales con plena garantía legal.

MARCO DE COMPETENCIAS DIGITALES PARA LA CIUDADANÍA



Área

A2. Comunicación y colaboración

Participar en la sociedad a través del uso de los servicios digitales públicos y privados. Buscar oportunidades de auto empoderamiento y para una ciudadanía participativa a través de tecnologías digitales apropiadas.

Competencias asociadas



2.1 Interactuar a través de tecnologías digitales

2.5 Comportamiento en la red

2.6 Gestión de la identidad digital

DISTRIBUCIÓN DE UNIDADES



Nivel

Intermedio

2.1 Interactuar a través de tecnologías digitales

- Realizar interacciones rutinarias y sencillas con tecnologías digitales.
- Seleccionar medios de comunicación apropiados para un contexto turístico dado.
- Seleccionar diferentes tecnologías digitales para interactuar.
- Seleccionar diversos medios de comunicación apropiados para un contexto turístico determinado.

2.5 Comportamiento en la red

- Aclarar las normas de comportamiento y los conocimientos prácticos bien definidos y rutinarios al utilizar las tecnologías digitales e interactuar en entornos digitales.
- Expresar estrategias de comunicación bien definidas y rutinarias adaptadas a un público.
- Describir aspectos de diversidad cultural y generacional bien definidos y rutinarios a tener en cuenta en los entornos digitales.
- Debatir sobre las normas de comportamiento y los conocimientos técnicos al utilizar las tecnologías digitales e interactuar en entornos digitales.
- Debatir las estrategias de comunicación adaptadas a un público.
- Debatir los aspectos de la diversidad cultural y generacional a tener en cuenta en los entornos digitales.

DISTRIBUCIÓN DE UNIDADES

2.6 Gestión de la identidad digital

- Discriminar una serie de identidades digitales bien definidas y rutinarias.
- Explicar formas bien definidas y rutinarias de proteger mi reputación en línea.
- Describir datos bien definidos que produzco habitualmente a través de herramientas, entornos o servicios digitales.
- Mostrar una variedad de identidades digitales específicas.
- Debatir formas de proteger mi reputación en línea.
- Manipular los datos que produzco mediante herramientas, entornos o servicios digitales.

DISTRIBUCIÓN DE UNIDADES

MOD2 UNIDAD 5

Autonomía en el desempeño comercial y empresarial

OBJETIVO DE LA UNIDAD

Desarrollar iniciativas empresariales turísticas mediante soluciones digitales que refuercen la autonomía técnica.

MARCO DE COMPETENCIAS DIGITALES PARA LA CIUDADANÍA



Área

A5. Resolución de problemas

Identificar necesidades y problemas, y resolver problemas conceptuales y situaciones problemáticas en el entorno digital. Utilizar herramientas digitales para innovar procesos y productos para mantenerse al día con la evolución digital.

Competencias asociadas



- 5.2 Identificar necesidades tecnológicas
- 5.3 Usar tecnología de forma creativa
- 5.4 Identificar carencias de competencias digitales

DISTRIBUCIÓN DE UNIDADES



Nivel

Intermedio

5.2 Identificar necesidades tecnológicas

- Indicar necesidades bien definidas y rutinarias.
- Seleccionar herramientas digitales bien definidas y rutinarias y posibles respuestas tecnológicas para resolver esas necesidades.
- Seleccionar formas bien definidas y rutinarias de ajustar y personalizar los entornos digitales a las necesidades personales.
- Explicar las necesidades.
- Seleccionar las herramientas digitales y las posibles respuestas tecnológicas para resolver esas necesidades.
- Seleccionar formas de ajustar y personalizar los entornos digitales a las necesidades personales.

5.3 Usar tecnología de forma creativa

- Seleccionar las herramientas y tecnologías digitales que pueden utilizarse para crear conocimientos y procesos y productos innovadores bien definidos.
- Participar individual y colectivamente en algún tipo de procesamiento cognitivo para comprender y resolver problemas conceptuales y situaciones problemáticas bien definidas y rutinarias en entornos digitales.
- Diferenciar las herramientas y tecnologías digitales que pueden utilizarse para crear conocimiento e innovar procesos y productos.
- Diferenciar las herramientas y tecnologías digitales que pueden utilizarse para crear conocimiento e innovar procesos y productos.

DISTRIBUCIÓN DE UNIDADES

5.4 Identificar carencias de competencias digitales

- Explicar en qué aspectos es necesario mejorar o actualizar mi competencia digital.
- Indicar dónde buscar oportunidades bien definidas de autodesarrollo y mantenerse al día con la evolución digital.
- Debatir sobre los aspectos en los que es necesario mejorar o actualizar mi competencia digital.
- Indicar cómo apoyar a otros para que desarrollen su competencia digital.

DISTRIBUCIÓN DE UNIDADES

MÓDULO 3

Email marketing

CARGA LECTIVA

40 horas

MARCO DE COMPETENCIAS DIGITALES PARA LA CIUDADANÍA



Área

A1. Informatización y alfabetización de datos



Área

A2. Comunicación y colaboración



Área

A3. Creación de contenidos digitales



Área

A4. Seguridad



Área

A5. Resolución de problemas

DISTRIBUCIÓN DE UNIDADES

MOD3 UNIDAD 1

Diseño, creación y gestión de un plan de *marketing*

OBJETIVO DE LA UNIDAD

Diseñar planes de marketing estructurados en plataformas digitales con enfoque estratégico y colaborativo.

MARCO DE COMPETENCIAS DIGITALES PARA LA CIUDADANÍA



Área

A3. Creación de contenidos digitales

Crear y editar contenidos digitales. Mejorar e integrar la información y contenidos en un cuerpo de conocimientos existente, al tiempo que se comprende cómo deben aplicarse los derechos de autor y las licencias. Saber cómo elaborar instrucciones comprensibles para un sistema informático.

Competencias asociadas



3.1 Desarrollo de contenidos
3.2 Integración y elaboración de contenidos digitales

DISTRIBUCIÓN DE UNIDADES



Nivel

Intermedio

3.1 Desarrollo de contenidos

- Indicar las formas de crear y editar una rutina bien definida contenido en formatos bien definidos y rutinarios.
- Expresarme a través de la creación de medios digitales bien definidos y rutinarios.
- Indicar formas de crear y editar contenidos en diferentes formatos.
- Expresarme a través de la creación de medios digitales.

3.2 Integración y elaboración de contenidos digitales

- Explicar formas de modificar, perfeccionar, mejorar e integrar elementos bien definidos de nuevos contenidos e información para crear otros nuevos y originales.
- Debatir las formas de modificar, perfeccionar, mejorar e integrar nuevos contenidos e información para crear otros nuevos y originales.

DISTRIBUCIÓN DE UNIDADES



Soft Skills relacionadas con el turismo

- Habilidades de comunicación y liderazgo para coordinar la creación de planes de marketing en equipos de empresas turísticas.
- Gestión del tiempo y organización de tareas en proyectos de marketing turístico.
- Diseño de estrategias para captar clientes mediante mensajes claros y persuasivos enfocados en servicios turísticos.

DISTRIBUCIÓN DE UNIDADES

MOD3 UNIDAD 2

Manejo y utilización del *marketing* digital en la gestión comercial de empresas turísticas

OBJETIVO DE LA UNIDAD

Aplicar herramientas de marketing digital para optimizar campañas comerciales dirigidas al público turístico.

MARCO DE COMPETENCIAS DIGITALES PARA LA CIUDADANÍA



Área

A2. Comunicación y colaboración

Participar en la sociedad a través del uso de los servicios digitales públicos y privados. Buscar oportunidades de auto empoderamiento y para una ciudadanía participativa a través de tecnologías digitales apropiadas.

Competencias asociadas



2.1 Interactuar a través de tecnologías digitales

2.4 Colaboración a través de las tecnologías digitales

DISTRIBUCIÓN DE UNIDADES



Nivel

Intermedio

2.1 Interactuar a través de tecnologías digitales

- Realizar interacciones rutinarias y sencillas con tecnologías digitales.
- Seleccionar medios de comunicación apropiados para un contexto turístico dado.
- Seleccionar diferentes tecnologías digitales para interactuar.
- Seleccionar diversos medios de comunicación apropiados para un contexto turístico determinado.

2.4 Colaboración a través de las tecnologías digitales

- Seleccionar herramientas y tecnologías digitales bien definidas y rutinarias para los procesos de colaboración.
- Seleccionar herramientas y tecnologías digitales para los procesos de colaboración.

DISTRIBUCIÓN DE UNIDADES



Área

A3. Creación de contenidos digitales

Crear y editar contenidos digitales. Mejorar e integrar la información y contenidos en un cuerpo de conocimientos existente, al tiempo que se comprende cómo deben aplicarse los derechos de autor y las licencias. Saber cómo elaborar instrucciones comprensibles para un sistema informático.



Competencias asociadas

3.1 Desarrollo de contenidos

3.2 Integración y elaboración de contenidos digitales



Nivel

Intermedio

3.1 Desarrollo de contenidos

- Indicar las formas de crear y editar una rutina bien definida contenido en formatos bien definidos y rutinarios.
- Expresarme a través de la creación de medios digitales bien definidos y rutinarios.
- Indicar formas de crear y editar contenidos en diferentes formatos.
- Expresarme a través de la creación de medios digitales.

DISTRIBUCIÓN DE UNIDADES

3.2 Integración y elaboración de contenidos digitales

- Explicar formas de modificar, perfeccionar, mejorar e integrar elementos bien definidos de nuevos contenidos e información para crear otros nuevos y originales.
- Debatir las formas de modificar, perfeccionar, mejorar e integrar nuevos contenidos e información para crear otros nuevos y originales.



Área

A1. Informatización y alfabetización de datos

Articular necesidades de información, buscar datos, información y contenidos en entornos digitales, acceder y navegar por ellos. Juzgar la relevancia de la fuente y su contenido. Almacenar, gestionar y organizar datos digitales, información y contenidos.



Competencias asociadas

1.2 Evaluar datos del sector turístico y contenidos digitales

1.2 Evaluar datos del sector turístico y contenidos digitales

- Realizar análisis, comparaciones y evaluaciones de fiabilidad y seriedad de fuentes de información, datos y contenidos digitales bien definidos.
- Realizar análisis, interpretaciones y evaluaciones de datos, informaciones y contenidos digitales concretos bien definidos.
- Realizar análisis, comparaciones y evaluaciones de fuentes de datos, información y contenidos digitales.
- Realizar análisis, interpretaciones y evaluaciones de datos, información y contenidos digitales.

DISTRIBUCIÓN DE UNIDADES

MOD3 UNIDAD 3

Investigación comercial y de mercados

OBJETIVO DE LA UNIDAD

Analizar datos de mercado y generar propuestas digitales que respondan a necesidades comerciales reales.

MARCO DE COMPETENCIAS DIGITALES PARA LA CIUDADANÍA



Área

A1. Informatización y alfabetización de datos

Articular necesidades de información, buscar datos, información y contenidos en entornos digitales, acceder y navegar por ellos. Juzgar la relevancia de la fuente y su contenido. Almacenar, gestionar y organizar datos digitales, información y contenidos.

Competencias asociadas



- 1.2 Evaluar datos del sector turístico y contenidos digitales
- 1.3 Gestión de datos, información turística y contenidos digitales

DISTRIBUCIÓN DE UNIDADES



Nivel

Intermedio

1.2 Evaluar datos del sector turístico y contenidos digitales

- Realizar análisis, comparaciones y evaluaciones de fiabilidad y seriedad de fuentes de información, datos y contenidos digitales bien definidos.
- Realizar análisis, interpretaciones y evaluaciones de datos, informaciones y contenidos digitales concretos bien definidos.
- Realizar análisis, comparaciones y evaluaciones de fuentes de datos, información y contenidos digitales.
- Realizar análisis, interpretaciones y evaluaciones de datos, información y contenidos digitales.

1.3 Gestión de datos, información turística y contenidos digitales

- Seleccionar datos, información y contenidos para organizar, almacenar y recuperar de una forma rutinaria datos en entornos digitales.
- Organizar datos de forma rutinaria en un entorno estructurado.
- Organizar información, datos y contenidos para que sean almacenados y recuperados.
- Organizar información, datos y contenidos en entornos estructurados.

DISTRIBUCIÓN DE UNIDADES

MOD3 UNIDAD 4

Introducción al *neuromarketing*

OBJETIVO DE LA UNIDAD

Crear contenidos emocionales adaptados al neuromarketing con respeto por la privacidad digital.

MARCO DE COMPETENCIAS DIGITALES PARA LA CIUDADANÍA



Área

A3. Creación de contenidos digitales

Crear y editar contenidos digitales. Mejorar e integrar la información y contenidos en un cuerpo de conocimientos existente, al tiempo que se comprende cómo deben aplicarse los derechos de autor y las licencias. Saber cómo elaborar instrucciones comprensibles para un sistema informático.

Competencias asociadas



3.1 Desarrollo de contenidos
3.2 Integración y elaboración de contenidos digitales

DISTRIBUCIÓN DE UNIDADES



Nivel

Intermedio

3.1 Desarrollo de contenidos

- Indicar las formas de crear y editar una rutina bien definida contenido en formatos bien definidos y rutinarios.
- Expresarme a través de la creación de medios digitales bien definidos y rutinarios.
- Indicar formas de crear y editar contenidos en diferentes formatos.
- Expresarme a través de la creación de medios digitales.

3.2 Integración y elaboración de contenidos digitales

- Explicar formas de modificar, perfeccionar, mejorar e integrar elementos bien definidos de nuevos contenidos e información para crear otros nuevos y originales.
- Debatir las formas de modificar, perfeccionar, mejorar e integrar nuevos contenidos e información para crear otros nuevos y originales.

DISTRIBUCIÓN DE UNIDADES

MOD3 UNIDAD 5

Venta a través de *social media marketing*

OBJETIVO DE LA UNIDAD

Gestionar la interacción digital en redes sociales como canal estratégico de venta turística.

MARCO DE COMPETENCIAS DIGITALES PARA LA CIUDADANÍA



Área

A2. Comunicación y colaboración

Participar en la sociedad a través del uso de los servicios digitales públicos y privados. Buscar oportunidades de auto empoderamiento y para una ciudadanía participativa a través de tecnologías digitales apropiadas.

Competencias asociadas



2.1 Interactuar a través de tecnologías digitales

2.3 Participación ciudadana a través de las tecnologías digitales

2.4 Colaboración a través de las tecnologías digitales

2.6 Gestión de la identidad digital

DISTRIBUCIÓN DE UNIDADES



Nivel

Intermedio

2.1 Interactuar a través de tecnologías digitales

- Realizar interacciones rutinarias y sencillas con tecnologías digitales.
- Seleccionar medios de comunicación apropiados para un contexto turístico dado.
- Seleccionar diferentes tecnologías digitales para interactuar.
- Seleccionar diversos medios de comunicación apropiados para un contexto turístico determinado.

2.3 Participación ciudadana a través de las tecnologías digitales

- Seleccionar servicios digitales bien definidos y rutinarios para participar en la sociedad.
- Indicar tecnologías digitales adecuadas, bien definidas y rutinarias para capacitarme y participar en la sociedad como ciudadanía.
- Seleccionar servicios digitales para participar en la sociedad.
- Debatir sobre las tecnologías digitales adecuadas para capacitarme y participar en la sociedad como ciudadanía.

DISTRIBUCIÓN DE UNIDADES



Nivel

Intermedio

2.4 Colaboración a través de las tecnologías digitales

- Seleccionar herramientas y tecnologías digitales bien definidas y rutinarias para los procesos de colaboración.
- Seleccionar herramientas y tecnologías digitales para los procesos de colaboración.

2.6 Gestión de la identidad digital

- Discriminar una serie de identidades digitales bien definidas y rutinarias.
- Explicar formas bien definidas y rutinarias de proteger mi reputación en línea.
- Describir datos bien definidos que produzco habitualmente a través de herramientas, entornos o servicios digitales.
- Mostrar una variedad de identidades digitales específicas.
- Debatir formas de proteger mi reputación en línea.
- Manipular los datos que produzco mediante herramientas, entornos o servicios digitales.

DISTRIBUCIÓN DE UNIDADES

MÓDULO 4: PROYECTO FINAL

Diseño de una campaña en redes sociales para captar clientes turísticos

CARGA LECTIVA

50 horas

OBJETIVO DE LA UNIDAD

Integrar los aprendizajes previos para diseñar una campaña turística digital coherente, programada y medible.

MARCO DE COMPETENCIAS DIGITALES PARA LA CIUDADANÍA



Área

A1. Informatización y alfabetización de datos



Área

A2. Comunicación y colaboración



Área

A3. Creación de contenidos digitales



Área

A4. Seguridad



Área

A5. Resolución de problemas

Índice de contenidos

MÓDULO 1

01

Mercado electrónico frente al mercado tradicional

1.1 Conceptos básicos y ventajas sobre el comercio electrónico tradicional

Ventajas del e-commerce sobre el comercio tradicional

1.2 Tipos de e-commerce y plataformas

1.3 Estrategias digitales de búsqueda y acceso a información: presencia digital

1.3.1 Búsqueda y acceso: información en turismo digital

Plataformas de formación en digitalización

Búsqueda de información por palabras clave

Búsqueda y acceso específicos: información en turismo digital

1.3.2 Dinamización: datos y presencia digital

1.3.3 Uso y ventajas de buscadores de empresas

1.4 Uso de herramientas digitales en turismo: desarrollo de competencias específicas

1.4.1 Gestión y almacenamiento de datos

1.4.2 Análisis Avanzado de información digital y optimización de e-commerce

1.4.3 Gestión de información y optimización de proyectos

1.4.4 Análisis de datos de operaciones y reservas

1.5 Evaluación y filtrado de fuentes e información

1.5.1 Identificación de las necesidades de información digital

1.5.2 Evaluación de la fiabilidad y relevancia de la información

1.5.3 Comparación de fuentes e información

Índice de contenidos

MÓDULO 1

02

Normativa que garantiza la seguridad de las transacciones

2.1 Normativa de transparencia y protección de datos en comercio turístico digital

Claridad en la identificación del título del sitio web

Transparencia en las condiciones generales de contratación

Obligaciones en la atención al cliente

Transparencia en precios y promociones

2.1.1 Cumplimiento fiscal y protección de datos en servicios de turismo digital

2.1.2 Transparencia digital y protección de datos en la información comercial

2.2 Aplicación normativa sobre protección de datos y uso seguro de herramientas digitales en Turismo

Información sobre derechos digitales y ejercicio

2.2.1 Garantías legales de protección de datos y respuesta ante fallos de seguridad en turismo digital

Modificación de la LOPDGDD

2.2.2 Funciones de la AEPD y uso seguro de herramientas de reclamación en turismo digital

2.2.3 Aplicación de principios de minimización y tratamiento limitado de datos personales en turismo digital

Diseño proporcional de formularios y sistemas de recogida

Control del almacenamiento y revisión de procesos

2.2.4 Gestión del consentimiento informado y del tratamiento de datos en turismo entornos digitales

Principios legales aplicables al consentimiento digital

Aplicaciones práctica en servicios turísticos digitales

Herramientas digitales para gestionar el consentimiento

Ejemplos en Extremadura

Supervisión del consentimiento

2.2.5 Evaluación jurídica del tratamiento de datos personales en marketing turístico

Medidas de control de legitimidad

Índice de contenidos

MÓDULO 1

03

Gestión segura de transacciones

3.1 Gestión segura de las transacciones digitales y protección de datos personales

- 3.1.1 Reglas básicas para realizar las transacciones de forma segura
- 3.1.2 Protocolos para transacciones seguras
- 3.1.3 Sistemas de pago en línea
- 3.1.4 Principales amenazas de transacciones digitales

3.2 Aplicación de medidas para proteger datos personales en plataformas turísticas

- 3.2.1 Cifrado y transmisión segura de datos en plataformas de reserva
- 3.2.2 Control de acceso y autenticación reforzada
- 3.2.3 Configuración segura de software y sistemas turísticos
- 3.2.4 Prevención de fugas de datos personales en servicios turísticos digitales
- 3.2.5 Revisión de prácticas inseguras frecuentes en el turismo digital

3.3 Integración de medidas organizativas y técnicas en entornos turísticos digitales

- 3.3.1 Registro interno de actividades de tratamiento y control documental
- 3.3.2 Diseño seguro de formularios y sistemas de autenticación
- 3.3.3 Aplicación de protocolos de respuesta ante incidentes de seguridad en el sector turístico
- 3.3.4 Supervisión y mejora continua de la seguridad en el tratamiento de datos personales

Índice de contenidos

MÓDULO 2

01

Manejo seguro de intercambio de información y gestión de trámites con las administraciones públicas

1.1 Aplicación de marcos estratégicos y normativos para interactuar con administraciones públicas

1.1.1 Marco estratégico para mejorar la colaboración digital con las administraciones en el sector turístico

1.1.2 Marco legal que regula la interacción electrónica con administraciones públicas en actividades turísticas

1.2 Aplicación del Esquema Nacional de Seguridad para la interacción digital segura en turismo

1.2.1 Objetivos del Esquema Nacional de Seguridad en relación con la gestión segura de medios electrónicos

Objetivos vinculados a la seguridad técnica y operativa

Objetivos relacionados con la cooperación institucional y la armonización normativa

1.2.2 Novedades incorporadas en la actualización del Esquema Nacional de Seguridad

1.3 Gestión de trámites para la interacción con administraciones a través de las tecnologías

1.3.1 Herramientas para la tramitación electrónica y la colaboración digital con administraciones públicas

1.3.2 Uso compartido de servicios digitales para la gestión pública en el sector de turismo

Servicios compartidos

Servicios comunes

Índice de contenidos

MÓDULO 2

02

Las nuevas relaciones con la administración

2.1 Aplicaciones estratégicas del plan de digitalización de las administraciones públicas

2.2 Relación entre administración electrónica y ciudadanía

2.2.1 Servicios del PAG

2.2.2 Interoperabilidad en servicios digitales públicos

2.2.3 Identificación digital y verificación de identidad en turismo

03

Trámites online

3.1 Gestión digital de procedimientos administrativos

3.1.1 Conceptos básicos

3.2 Asistencia institucional en trámites electrónicos y gestión de identidades digitales con seguridad

3.3 Trámites administrativos electrónicos

Ventajas de las tramitaciones en línea

3.4 Trámites telemáticos cotidianos

Consulta de informes sobre vehículos

Acceso a historia clínica digital

Solicitud del certificado de empadronamiento

Otros trámites generales disponibles en línea

3.4.1 Trámites específicos del sector turístico

Índice de contenidos

MÓDULO 2

04

Conocimiento de los sistemas de identificación a través de internet

4.1 Evaluación de necesidades de autenticación y protección de identidad en trámites digitales en turismo

4.1.1 Tipología de trámites con requisitos de autenticación digital

4.1.2 Clasificación de perfiles y gestión segura de autenticación digital

4.1.3 Evaluación del nivel de autenticación según la sensibilidad del procedimiento

4.1.4 Relación entre autenticación segura y experiencia digital

4.2 Aplicación operativa de métodos de autenticación digital en plataformas administrativas

4.2.1 Plataformas administrativas con autenticación obligatoria

4.2.2 Selección del sistema de autenticación digital según el trámite

4.2.3 Procedimientos administrativos habituales en turismo digital con autenticación digital obligatoria

4.2.4 Buenas prácticas técnicas y organizativas en la gestión de sistemas de autenticación digital

Gestión segura del certificado digital

Configuración técnica del entorno digital

Formación, soporte y prevención de errores

4.3 Implementación jurídica y operativa de sistemas de firma electrónica en procedimientos digitales

4.3.1 Funciones legales y técnicas de la firma electrónica en gestión turística

4.3.2 Tipología de firmas electrónicas

4.4 Optimización organizativa de la identidad digital en entornos empresariales de turismo

4.4.1 Gestión estratégica de identidad digital en la empresa turística

4.4.2 Supervisión y auditoría continuas de la identidad digital

4.4.3 Integración de la identidad digital en la experiencia digital de la clientela

Índice de contenidos

MÓDULO 2

05

Autonomía en el desempeño comercial y empresarial

5.1 Identificación de carencias digitales y aplicación autónoma de soluciones digitales en turismo

Ventajas de la autonomía digital

5.2 Uso autónomo y creativo de herramientas digitales para tareas administrativas en turismo

5.3 Autonomía digital y aplicaciones creativas de tecnología en la facturación electrónica

5.3.1 Ventajas del uso de facturación electrónica

5.3.2 Uso de herramientas digitales para gestionar la facturación empresarial

Sistemas oficiales de facturación digital en España

Qué es MIFACTURAE

Ventajas operativas de usar MIFACTURAE

5.4 Identificación de requisitos normativos en la facturación digital en turismo

5.4.1 Marco legal

Legibilidad, autenticidad e integridad

5.4.2 Empresas verificadas por la administración

5.4.3 Entidades obligadas a recibir facturas electrónicas

Índice de contenidos

MÓDULO 3

01

Diseño, creación y gestión de un plan de *marketing*

1.1 Fundamentos del plan de marketing digital en empresas turísticas

1.1.1 Funciones del plan de marketing en el sector turístico

1.1.2 Estructura operativa de un plan de marketing digital

1.1.3 Competencias digitales necesarias en el diseño de planes de marketing

1.2 Desarrollo estructurado del plan de marketing digital con competencias organizativas y técnicas

1.2.1 Evaluación inicial: identificación de necesidades y respuestas tecnológicas

Identificación de necesidades

Análisis de condiciones internas y capacidades digitales de la empresa

Análisis del entorno y comportamiento del usuario digital

Selección de herramientas digitales

1.2.2 Establecimiento de objetivos digitales medibles: innovación con el modelo SMART y reelaboración estratégica de contenidos

Modelo SMART

Reelaboración de contenidos

1.2.3 Organización de herramientas digitales

Clasificación de recursos digitales según su función

Función operativa

Función estratégica

Gestión operativa de recursos digitales

1.3 Diseño de contenidos digitales turísticos conforme a canales, audiencias y objetivos

1.3.1 Clasificación funcional de contenidos digitales conforme al proceso de decisión de la clientela

1.3.2 Tipología y formatos adaptados al canal y al perfil del cliente digital

1.3.3 Revisión, reelaboración y actualización de contenidos digitales

Índice de contenidos

MÓDULO 3

1.4 Organización y coordinación colaborativa

1.4.1 Distribución secuencial de tareas y funciones operativas en marketing digital

1.4.2 Coordinación de equipos mediante herramientas digitales colaborativas

1.4.3 Protocolos internos para la validación, sustitución y continuidad del flujo de trabajo

Índice de contenidos

MÓDULO 3

02

Manejo y utilización del marketing digital en la gestión comercial de empresas turísticas

2.1 Planificación digital en turismo: herramientas digitales y procesos

2.1.1 Plataformas digitales operativas en entornos turísticos

Plataformas de marketing por correo electrónico

Gestores de redes sociales

Sistemas de gestión de relaciones con clientes (CRM)

Plataformas de gestión de reservas conectadas

Plataformas de mensajería instantánea

2.1.2 Automatización de campañas y configuración de flujos digitales

Estructura de un flujo automatizado

2.2 Segmentación digital y personalización automatizada en campañas turísticas

2.2.1 Introducción a la segmentación digital operativa en turismo

2.2.2 Tipologías de segmentación aplicadas a la comunicación digital turística

2.2.3 Herramientas técnicas para automatizar la segmentación en campañas turísticas

2.2.4 Personalización de contenidos digitales mediante automatización

2.2.5 Uso de redes sociales para la personalización de contenidos turísticos

2.2.6 Precauciones técnicas y organizativas en la segmentación

2.3 Análisis de resultados con métricas y optimización de campañas digitales

2.3.1 Indicadores clave de rendimiento (KPI) aplicados al turismo

2.3.2 Herramientas para visualizar y cruzar métricas

2.3.3 Optimización en tiempo real y ajustes operativos según resultados

Índice de contenidos

MÓDULO 3

03

Investigación comercial y de mercados

3.1 Uso de bases de datos de clientes en la gestión de reclamaciones

3.1.1 La reclamación: punto de partida de la mejora del servicio

3.1.2 Bases de datos como soporte operativo para la trazabilidad

Estructura funcional de una base de datos orientada a reclamaciones

Seguimiento activo y automatizado de incidencias

Trazabilidad como herramienta para el análisis posterior

Visualización de la trazabilidad en cuadros de mando

3.2 Registro y clasificación de reclamaciones en entornos digitales

3.2.1 Componentes básicos del registro digital

Ventajas del registro digital

3.2.2 Clasificación automática y manual por categorías

3.2.3 Aplicación de categorías en el análisis de incidencias

3.2.4 Plataformas y sistemas de seguimiento de incidencias

3.2.5 Usos frecuentes de automatización y sistematización de tareas

3.3 Consulta de reclamaciones mediante bases de datos

3.3.1 Filtros y criterios de búsqueda más utilizados

3.3.2 Ejemplo aplicado: análisis operativo

3.3.3 Ventajas del uso de consultas en bases de datos

3.3.4 Aplicaciones en microsegmentación de conflictos

3.3.5 Integración de consultas en procesos de revisión interna

3.4 Análisis de patrones de conflicto y prevención basada en datos

3.4.1 Análisis de patrones de conflicto en sistemas de datos turísticos

3.4.2 Análisis semántico de reclamaciones y conflictos latentes

Aplicaciones operativas en turismo digital

Condiciones para un análisis eficaz

Índice de contenidos

MÓDULO 3

3.4.3 Segmentación de patrones con registro de conflictos por canal, momento y perfil digital

Segmentación por canal

Segmentación por momento

Segmentación por perfil digital

3.4.4 Identificación de factores desencadenantes mediante datos combinados

Datos combinados para comprender el origen de los conflictos

Datos combinados para comprender el origen de los conflictos

Cruce de datos operativos y conductuales

Segmentación de factores por categoría de servicio

Valor funcional de la identificación de desencadenantes

3.5 Impacto de la gestión digital de reclamaciones en la fidelización

3.5.1 La atención postconflicto como base de la fidelización

3.5.2 Personalización digital de la respuesta postconflicto

3.5.3 Evaluación del impacto de la resolución en la fidelización

Índice de contenidos

MÓDULO 3

04

Introducción al *neuromarketing*

4.1 Identificación de patrones emocionales en redes sociales para interactuar digitalmente

4.1.1 Patrones emocionales en la interacción digital

Tipo de patrones emocionales

Bases psicológicas de los patrones emocionales

Identificación y análisis de patrones

Aplicaciones en turismo digital

Limitaciones y consideraciones éticas

4.1.2 Reconocimiento de emociones a partir de datos sociales

Fuentes de datos emocionales

Métodos de análisis emocional

Modelos psicológicos aplicados

Rueda de las emociones de Plutchik

Modelo de Russell

Limitaciones y buenas prácticas

4.2 Diseño de contenidos emocionales para compartir información en redes sociales

4.2.1 Estrategias de contenidos emocionales para redes sociales

Diseño estratégico de contenidos emocionales

Factores psicológicos de mayor impacto emocional

Aplicaciones y ética

4.2.2 Aplicación de sesgos cognitivos en contenidos

Principales sesgos cognitivos de turismo digital

Integración ética y estratégica de sesgos en redes sociales

Ventajas de la aplicación consciente de sesgos cognitivos

Aplicaciones prácticas en campañas de turismo digital

4.3 Personalización emocional en redes sociales

4.3.1 Técnicas de personalización emocional de contenido digital

Diseño de contenido adaptado a perfiles emocionales

Adaptación del lenguaje al perfil emocional

Índice de contenidos

MÓDULO 3

Integración de estímulos visuales y sensoriales

Medición, ajuste y evolución de la personalización emocional

4.3.2 Integración de herramientas automáticas de personalización

Tipos de herramientas automáticas de personalización

Funcionamiento de los sistemas automáticos de personalización

Ventajas estratégicas de la personalización automática

Aplicaciones prácticas en turismo digital

4.4 Evaluación del impacto emocional a partir de datos

4.4.1 Definición de indicadores emocionales y su seguimiento

Tipos de indicadores emocionales

Criterios para seleccionar indicadores relevantes

Herramientas para el seguimiento de indicadores emocionales

Importancia del seguimiento continuo

4.4.2 Técnicas de análisis emocional en redes sociales

Índice de contenidos

MÓDULO 3

05

Venta a través de social media marketing

5.1 Interacción digital en turismo a través de redes sociales

Selección de redes sociales para la interacción digital con fines comerciales

5.2 Tipologías de redes sociales para la interacción digital

5.2.1 Redes sociales horizontales

5.2.2 Redes sociales verticales

Por temática

Por actividad

Por contenido

5.3 Uso profesional de LinkedIn

5.3.1 Funcionalidades relevantes para empresas turísticas digitales

5.3.2 Creación de una página de empresa en LinkedIn

Gestión de identidad digital: Configuración de visibilidad y privacidad digital

Uso compartido de información mediante el perfil corporativo

5.3.3 Creación de una estrategia de marketing con el perfil corporativo

5.3.4 Estrategias de publicación efectiva

5.3.5 Interacción digital con calendario y periodicidad

5.3.6 Segmentación, análisis e impacto de campañas

5.4 Uso estratégico de las redes sociales más utilizadas

5.4.1 Uso empresarial de Facebook

Estrategias de marketing para empresas en Facebook

Publicidad en Facebook Ads

5.4.2 Uso estratégico de YouTube

5.4.3 Uso estratégico de X

Índice de contenidos

MÓDULO 3

5.4.4 Uso estratégico de Instagram

- 1. Identidad y contenido visual en Instagram*
- 2. Dinamización y relación con la audiencia*
- 3. Gestión y seguimiento de la actividad digital*

5.5 Uso de herramientas digitales para la gestión de redes sociales

- 5.5.1 Hootsuite: gestión centralizada y monitoreo multicanal*
- 5.5.2 TweetDeck: gestión profesional de perfiles en X*
- 5.5.3 Buffer: programación sencilla y análisis detallado*
- 5.5.4 Audiense: segmentación, análisis de audiencia y campañas personalizadas*

