

GUÍA DIDÁCTICA

POSICIONAMIENTO EN BUSCADORES PARA EMPRESAS TURÍSTICAS

SEARCH ENGINE OPTIMIZATION





PARA TURISMO:
CONECTA
CON EL VIAJERO DIGITAL

DATOS GENERALES DE LA ACCIÓN FORMATIVA

DESCRIPCIÓN

Este curso ofrece una formación técnica sobre posicionamiento web, orientada a profesionales del sector turístico digital en Extremadura.

Se compone de seis unidades que desarrollan competencias digitales vinculadas a la mejora de la visibilidad en buscadores conforme al marco europeo DigComp 2.2, en su nivel básico, y se imparte en modalidad híbrida, con materiales en línea y tutorías presenciales.

Los contenidos incluyen nociones básicas de SEO, herramientas de análisis, creación de contenidos adaptados a las búsquedas, toma de decisiones con datos e implementación de estrategias adaptadas al entorno digital. La propuesta didáctica incorpora ejemplos de aplicaciones en turismo y su finalidad es cubrir necesidades reales de pequeñas y medianas empresas del sector.

El proyecto final se centra en la optimización de una página web turística para aplicar soluciones prácticas de posicionamiento digital. La formación se integra como iniciativa para impulsar la digitalización del tejido empresarial turístico de la región.

DATOS GENERALES DE LA ACCIÓN FORMATIVA

DURACIÓN

150 horas

OBJETIVO GENERAL

Dotar a los participantes de los conocimientos y habilidades necesarias para implementar estrategias de posicionamiento en buscadores (SEO) orientadas a empresas turísticas, mejorando su visibilidad online y atrayendo más clientes potenciales.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Comprender los principios básicos del SEO y su aplicación al sector turístico.
- Desarrollar habilidades para el análisis de métricas y uso de herramientas SEO específicas.
- Capacitar en la creación y optimización de contenidos digitales adaptados a estrategias SEO.
- Fomentar el desarrollo de habilidades analíticas y de toma de decisiones basadas en datos relacionados con el comportamiento del usuario y tendencias del mercado turístico.
- Aplicar estrategias específicas de SEO para mejorar el posicionamiento de páginas web de empresas turísticas.

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

UNIDAD 1

Principios básicos del SEO en el sector turístico

CARGA LECTIVA

10 horas

OBJETIVO DE LA UNIDAD

Desarrollar una comprensión clara de los distintos tipos de SEO, y de su impacto en la mejora de la visibilidad en buscadores.

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

DISTRIBUCIÓN DE UNIDADES



5.2 Identificar necesidades tecnológicas

- Identificar las necesidades.
- Reconocer herramientas digitales sencillas y posibles respuestas tecnológicas para resolver esas necesidades.
- Elegir formas sencillas de ajustar y personalizar los entornos digitales a las necesidades personales.

5.3 Usar tecnología de forma creativa

- Identificar herramientas y tecnologías digitales sencillas que puedan utilizarse para crear conocimiento e innovar procesos y productos.
- Mostrar interés de forma individual y colectiva en el procesamiento cognitivo simple para comprender y resolver problemas conceptuales sencillos y situaciones problemáticas en entornos digitales.



Soft Skills relacionadas con el turismo

- Detectar carencias tecnológicas en visibilidad digital turística.
- Reconocer herramientas útiles para optimizar procesos digitales turísticos.

DISTRIBUCIÓN DE UNIDADES

- Relacionar objetivos empresariales con soluciones digitales básicas.
- Aplicar herramientas digitales para resolver problemas de posicionamiento local.
- Desarrollar contenido creativo con herramientas accesibles.
- Utilizar redes sociales como medio creativo de captación turística.

DISTRIBUCIÓN DE UNIDADES

UNIDAD 2

Uso de herramientas de análisis para
posicionamiento web

CARGA LECTIVA

20 horas

OBJETIVO DE LA UNIDAD

Fomentar el uso autónomo y reflexivo de herramientas de análisis SEO y saber interpretar indicadores clave de rendimiento (KPI) con criterios objetivos y vinculados a decisiones informadas.

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

Básico

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

- Identificar mis necesidades de información, encontrar datos, información y contenidos turísticos a través de búsquedas sencillas en entornos digitales.
- Encontrar cómo acceder a estos datos, información y contenidos turísticos y navegar entre ellos.
- Identificar estrategias personales de búsqueda sencillas.

1.2 Evaluar datos del sector turístico y contenidos digitales

- Detectar la fiabilidad y seriedad de fuentes habituales de datos, información y contenidos digitales.



Soft Skills relacionadas con el turismo

- Explicar necesidades de información turística.
- Realizar búsquedas rutinarias y bien definidas.
- Describir estrategias personales sencillas de búsqueda.

DISTRIBUCIÓN DE UNIDADES

- Detectar la fiabilidad y seriedad de fuentes habituales de información.
- Comparar contenidos según autoridad y relevancia contextual.
- Reconocer herramientas para verificar la autenticidad de datos.
- Análisis de tendencias turísticas para mejorar la visibilidad en buscadores.
- Toma de decisiones sobre palabras clave relevantes para destinos o actividades turísticas.
-

DISTRIBUCIÓN DE UNIDADES

UNIDAD 3

Creación de contenidos digitales optimizados para SEO

CARGA LECTIVA

25 horas

OBJETIVO DE LA UNIDAD

Saber crear contenidos digitales estructurados, relevantes y coherentes con las búsquedas del usuario (redacción estratégica, la adecuación semántica y el uso de herramientas de edición y optimización).

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



3.1 Desarrollo de contenidos

- Identificar formas de crear y editar contenidos sencillos en formatos sencillos.
- Elegir cómo me expreso a través de la creación de medios digitales sencillos.

3.2 Integración y elaboración de contenidos digitales

- Seleccionar formas de modificar, perfeccionar, mejorar e integrar elementos sencillos de contenido e información nuevos para crear otros nuevos y originales.



Soft Skills relacionadas con el turismo

- Claridad comunicativa.
- Pensamiento estructurado.
- Orientación a objetivos.
- Capacidad de adaptación.
- Precisión ética.
- Pensamiento analítico.
- Creatividad aplicada.
- Coherencia expresiva.
- Curiosidad digital.
- Visión estratégica.

DISTRIBUCIÓN DE UNIDADES

UNIDAD 4

Habilidades de análisis y toma de decisiones basadas en datos

CARGA LECTIVA

30 horas

OBJETIVO DE LA UNIDAD

Desarrollar habilidades para analizar datos digitales y tomar decisiones fundamentadas en SEO (evaluar fuentes, seleccionar datos relevantes y aplicar criterios técnicos que mejoren la visibilidad digital de un recurso turístico).

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



5.2 Identificar necesidades tecnológicas

- Identificar las necesidades.
- Reconocer herramientas digitales sencillas y posibles respuestas tecnológicas para resolver esas necesidades.
- Elegir formas sencillas de ajustar y personalizar los entornos digitales a las necesidades personales.

5.3 Usar tecnología de forma creativa

- Identificar herramientas y tecnologías digitales sencillas que puedan utilizarse para crear conocimiento e innovar procesos y productos.
- Mostrar interés de forma individual y colectiva en el procesamiento cognitivo simple para comprender y resolver problemas conceptuales sencillos y situaciones problemáticas en entornos digitales.

5.4 Identificar carencias de competencias digitales

- Reconocer dónde debo mejorar o actualizar mi propia competencia digital.
- Identificar dónde buscar oportunidades de autodesarrollo y mantenerse al día con la evolución digital.

DISTRIBUCIÓN DE UNIDADES



Soft Skills relacionadas con el turismo

- Detectar carencias técnicas básicas en la estructura web de una empresa turística mediante revisiones periódicas.
- Relacionar problemas simples con herramientas adecuadas, seleccionando la solución digital más eficiente entre varias disponibles.
- Adaptar elementos de navegación digital a las necesidades de públicos diversos usando ajustes sencillos de diseño, tipografía o color.
- Reconocer limitaciones personales en el uso técnico de herramientas digitales básicas, como auditores web o editores visuales.
- Tomar decisiones de mejora profesional basadas en errores detectados en la navegación y estructura digital de una web turística.
- Interpretación de datos de comportamiento de usuarios turísticos online.

DISTRIBUCIÓN DE UNIDADES

UNIDAD 5

Estrategias SEO para el sector turístico

CARGA LECTIVA

20 horas

OBJETIVO DE LA UNIDAD

Diseñar estrategias de posicionamiento sostenibles, integrando técnicas de recuperación de información, SEO técnico y uso creativo de tecnologías.

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

Básico

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

- Identificar mis necesidades de información, encontrar datos, información y contenidos turísticos a través de búsquedas sencillas en entornos digitales.
- Encontrar cómo acceder a estos datos, información y contenidos turísticos y navegar entre ellos.
- Identificar estrategias personales de búsqueda sencillas.

1.2 Evaluar datos del sector turístico y contenidos digitales

- Detectar la fiabilidad y seriedad de fuentes habituales de datos, información y contenidos digitales.



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

2.2 Compartir a través de tecnologías digitales

DISTRIBUCIÓN DE UNIDADES



Nivel

Básico

2.1 Interactuar a través de tecnologías digitales

- Seleccionar tecnologías digitales sencillas con las que interactuar.
- Identificar medios de comunicación sencillos y apropiados para un contexto turístico determinado.

2.2 Compartir a través de tecnologías digitales

- Reconocer las tecnologías digitales sencillas y adecuadas para compartir datos, información y contenidos digitales.
- Identificar prácticas sencillas de referencias y atribución.



Soft Skills relacionadas con el turismo

- Análisis de tendencias turísticas para mejorar la visibilidad en buscadores.
- Toma de decisiones sobre palabras clave relevantes para destinos o actividades turísticas.
- Interpretación de datos de comportamiento de usuarios turísticos online.

DISTRIBUCIÓN DE UNIDADES

PROYECTO FINAL

Optimización SEO de una página web turística

CARGA LECTIVA

50 horas

OBJETIVO DE LA UNIDAD

Guiar al alumnado en la elaboración de un proyecto práctico de optimización SEO, aplicando de forma integrada todos los conocimientos adquiridos.

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

A5. Resolución de problemas

Índice de contenidos

01

Principios básicos del SEO en el sector turístico

1.1 Qué es SEO y su importancia en el turismo digital

1.1.1 Objetivos del posicionamiento seo en turismo

1.1.2 Principales necesidades tecnológicas en turismo digital

1.1.3 Estrategias de seo aplicadas al turismo

1.2 Identificación de necesidades digitales de posicionamiento en buscadores

1.2.1 SEO local y seo tradicional

1.2.2 Google My Business

1.3 Uso creativo de la tecnología para el posicionamiento

1.3.1 Uso de redes sociales: Facebook, Instagram y TikTok

1.3.2 Generación de contenido creativo con herramientas digitales, hashtags y tendencias

02

Uso de herramientas de análisis para posicionamiento web

2.1 Evaluación y filtrado de información para estrategias de posicionamiento en turismo

2.1.1 Métodos de navegación y búsqueda eficiente de datos en el sector turístico

2.1.2 Evaluación de fuentes de información relevantes para estrategias de posicionamiento

2.1.3 Filtrado y organización de información clave sobre destinos y servicios turísticos

2.2 Evaluación de información con herramientas digitales para el posicionamiento del mercado turístico

2.2.1 Monitorización de tráfico web: GA4 y Google Search Console

2.2.2 Interpretación de métricas: SEMrush y Ahrefs

2.2.3 Identificación de oportunidades: Google Trends

Índice de contenidos

03

Creación de contenidos digitales optimizados para SEO

3.1 Desarrollo de contenido optimizado para mejorar la visibilidad de empresas turísticas

3.1.1 Redacción de textos optimizados para posicionamiento SEO en páginas turísticas

3.1.2 Producción de imágenes y vídeos optimizados para promoción turística digital

3.1.3 Aplicación de estrategias SEO a contenido multimedia y redes sociales

3.2 Integración y reelaboración de contenidos digitales

3.2.1 Optimización semántica y estructural del contenido en turismo digital

3.2.2 Estrategias de reelaboración de contenido en webs de agencias de viajes y alojamientos

3.3 Uso de herramientas digitales para la creación y optimización de contenido en turismo

3.3.1 Aplicación de editores y asistentes SEO en la elaboración de contenido turístico

3.3.2 Evaluación de resultados de contenido optimizado con indicadores básicos

Índice de contenidos

04

Habilidades de análisis y toma de decisiones basadas en datos

4.1 Resolución de problemas técnicos en posicionamiento web: optimización de accesibilidad y usabilidad

4.1.1 Identificación y corrección de errores técnicos en posicionamiento

4.1.2 Optimización SEO para accesibilidad y experiencia del usuario (UX)

4.1.3 Adaptación al cambio y resiliencia digital

4.2 Evaluación e interpretación de métricas: ajuste de estrategias y gestión de la incertidumbre

4.2.1 Identificación de tendencias, palabras clave y fluctuaciones estacionales

4.2.2 Métricas de rendimiento SEO

4.2.3 Gestión de la incertidumbre: tráfico estacional

Índice de contenidos

05

Estrategias SEO para el sector turístico

5.1 Almacenamiento y recuperación de información SEO: optimización de visibilidad

5.1.1 Gestión y análisis de datos SEO para el sector turístico

5.1.2 Uso de herramientas para la recuperación y optimización de datos SEO

5.1.3 Evaluación del impacto SEO en la industria turística

5.2 Uso creativo de la tecnología: mejora de visibilidad y posicionamiento

5.2.1 Aplicación de tecnología innovadora en estrategias SEO: IA, AR / VR y geolocalización

5.2.2 Optimización de SEO técnico

5.2.3 Creatividad en estrategias de SEO

SEARCH ENGINE OPTIM

