

GUÍA DIDÁCTICA

PROMOCIÓN Y VENTA DE SERVICIOS TURÍSTICOS *ONLINE*





TURISMO
ONLINE; COMUNICACIÓN
EFICAZ: PREPÁRATE PARA
¡CAMBIAR!

DATOS GENERALES DE LA ACCIÓN FORMATIVA

DESCRIPCIÓN

Este curso está diseñado para brindar las habilidades digitales necesarias para desenvolverse en el entorno turístico actual, caracterizado por la transformación tecnológica y la alta competitividad. A lo largo de la formación, los estudiantes aprenderán a buscar, filtrar y evaluar información en línea, utilizando herramientas digitales que facilitan la gestión eficiente de datos y contenidos relevantes.

Uno de los pilares del curso es la creación de contenido digital atractivo y profesional, adaptado a distintos canales de comunicación y promoción. Se trabajará con plataformas y recursos accesibles para diseñar campañas efectivas. Además, se explorarán temas clave como los derechos de autor, el uso ético de materiales digitales y la adaptación del mensaje a distintos formatos y públicos.

Otro eje fundamental es la comunicación con los clientes. Se desarrollarán estrategias para atender de manera clara, empática y respetuosa, haciendo uso de tecnologías como mensajería instantánea, redes sociales, correos electrónicos y *chatbots*. También se pondrá especial énfasis en la etiqueta digital, la sensibilidad cultural y la inclusión.

El curso aborda, al mismo tiempo, el desarrollo de habilidades interpersonales esenciales para la venta de servicios turísticos, como la empatía, la negociación y la persuasión, siempre adaptando el discurso al perfil del turista.

DATOS GENERALES DE LA ACCIÓN FORMATIVA

DURACIÓN

150 horas

OBJETIVO GENERAL

Dotar a los participantes de las competencias digitales necesarias para la promoción, comunicación y venta eficaz de servicios turísticos en entornos digitales.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Introducir conceptos básicos de alfabetización digital para la gestión eficiente de datos turísticos.
- Capacitar en el uso de herramientas digitales para crear y promocionar contenido turístico en línea.
- Fortalecer habilidades de comunicación y colaboración digital con clientes turísticos.
- Desarrollar habilidades interpersonales clave para la venta de servicios turísticos digitales.
- Formar en técnicas específicas de atención al cliente adaptadas al entorno turístico digital.
- Aplicar los conocimientos adquiridos en un proyecto final práctico de promoción turística digital.

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

Introducción a la alfabetización digital y gestión de datos turísticos

CARGA LECTIVA

10 horas

OBJETIVO DE LA UNIDAD

Comprender los fundamentos de la alfabetización digital y aplicar estrategias para buscar, evaluar y organizar información turística de forma eficiente.

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 información
- 1.2 Evaluar la información

DISTRIBUCIÓN DE UNIDADES



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.

DISTRIBUCIÓN DE UNIDADES

UNIDAD 2

Herramientas digitales para la promoción de servicios turísticos

CARGA LECTIVA

25 horas

OBJETIVO DE LA UNIDAD

Dominar herramientas digitales para crear, adaptar y promocionar contenidos turísticos, respetando derechos de autor y evaluando el impacto de campañas.

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

3.3 Derechos de autor y licencias de propiedad intelectual

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.

3.3 Derechos de autor y licencias de propiedad intelectual

- Identificar reglas sencillas de derechos de autor y licencias que se aplican a los datos, la información digital y los contenidos.

DISTRIBUCIÓN DE UNIDADES

UNIDAD 3

Comunicación eficaz en línea con clientes
turísticos

CARGA LECTIVA

25 horas

OBJETIVO DE LA UNIDAD

Aplicar técnicas y herramientas digitales para comunicarse eficazmente con clientes, considerando la diversidad, la etiqueta digital y la accesibilidad.

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

2.2 Compartir a través de tecnologías digitales

2.3 Participación ciudadana a través de las tecnologías digitales

2.6 Gestión de la identidad digital



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.

2.3 Participación ciudadana a través de las tecnologías digitales

- Identificar servicios digitales sencillos para participar en la sociedad.
- Reconocer las tecnologías digitales sencillas y apropiadas para capacitarme y participar en la sociedad como ciudadanía.

2.6 Gestión de la identidad digital

- Identificar una identidad digital.
- Describir formas sencillas de proteger mi reputación en línea.
- Reconocer los datos simples que produzco a través de herramientas, entornos o servicios digitales.

DISTRIBUCIÓN DE UNIDADES

UNIDAD 4

Soft skills: habilidades de comunicación efectiva en ventas digitales

CARGA LECTIVA

30 horas

OBJETIVO DE LA UNIDAD

Desarrollar habilidades interpersonales y comunicativas para negociar y vender servicios turísticos, adaptando el mensaje al perfil del turista.

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 las tecnologías
2.6 Gestión de la identidad digital

DISTRIBUCIÓN DE UNIDADES



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.

2.6 Gestión de la identidad digital

- Identificar una identidad digital.
- Describir formas sencillas de proteger mi reputación en línea.
- Reconocer los datos simples que produzco a través de herramientas, entornos o servicios digitales.



Soft Skills relacionadas con el turismo

- Comunicación efectiva para la venta de experiencias turísticas.
- Adaptación del discurso comercial según el perfil del turista (nacional/internacional).
- Técnicas de persuasión para destacar servicios turísticos frente a la competencia.

DISTRIBUCIÓN DE UNIDADES

UNIDAD 5

Competencias específicas: técnicas de atención al cliente en turismo digital

CARGA LECTIVA

20 horas

OBJETIVO DE LA UNIDAD

Implementar herramientas y estrategias digitales para brindar atención personalizada, gestionar incidencias y fidelizar clientes en entornos virtuales.

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

2.3 Participación ciudadana a través de las tecnologías digitales

DISTRIBUCIÓN DE UNIDADES



Nivel

Básico

2.3 Participación ciudadana a través de las tecnologías digitales.

- Identificar servicios digitales sencillos para participar en la sociedad.
- Reconocer las tecnologías digitales sencillas y apropiadas para capacitarme y participar en la sociedad como 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



Nivel

Básico

5.1 Resolver problemas técnicos

- Identificar problemas técnicos sencillos al manejar dispositivos y utilizar entornos digitales.
- Identificar soluciones sencillas para resolverlos.

DISTRIBUCIÓN DE UNIDADES



Competencias específicas relacionadas con el turismo

- Resolución de problemas en reservas, cancelaciones y cambios online.
- Personalización de servicios turísticos según las necesidades del cliente.
- Uso de canales digitales para mejorar la experiencia del turista.

DISTRIBUCIÓN DE UNIDADES

PROYECTO FINAL

Diseño de una campaña de promoción turística digital

CARGA LECTIVA

50 horas

OBJETIVO DE LA UNIDAD

Diseñar una campaña turística digital para aplicar conocimientos, crear contenidos, resolver problemas y usar herramientas tecnológicas.

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

Introducción a la alfabetización digital y gestión de datos turísticos

1.1 Conceptos básicos de alfabetización digital

1.1.1 Definición y relevancia de la alfabetización digital en el sector turístico

1.1.2 Herramientas digitales esenciales para la búsqueda de información

1.1.3 Cómo acceder a contenidos turísticos en entornos digitales

1.2 La navegación y búsqueda de información turística

1.2.1 Estrategias de búsqueda sencillas en internet

1.2.2 Identificación de necesidades de información para el turismo

1.2.3 Plataformas y herramientas más utilizadas en la búsqueda de datos turísticos

1.3 Evaluación de fuentes y fiabilidad de la información

1.3.1 ¿Cómo evaluar la confiabilidad y seriedad de las fuentes digitales?

1.3.2 Técnicas para distinguir información veraz de información errónea o sesgada

1.3.3 Criterios de confianza y autenticidad en los datos turísticos

1.4 Organización de datos turísticos en entornos digitales

1.4.1 Métodos para organizar y gestionar la información turística

1.4.2 Uso de bases de datos y sistemas de gestión de contenidos

1.4.3 Herramientas digitales para optimizar la organización de datos turísticos

1.5 Búsqueda y evaluación de información

1.5.1 Cómo buscar, filtrar y organizar información turística

1.5.2 Ejemplos para evaluar la confiabilidad de diversas fuentes

1.5.3 Cómo mejorar las habilidades de búsqueda digital

Índice de contenidos

02

Herramientas digitales para la promoción de servicios turísticos

2.1 Importancia de las herramientas digitales en la promoción turística

2.2 Creación de contenidos digitales

2.2.1 Conceptos básicos de contenido digital

2.2.2 Tipos de formatos para la promoción turística

2.2.3 Herramientas básicas para la creación de contenidos

2.2.4 Estrategias para una comunicación efectiva

2.3 Integración y reelaboración de contenidos

2.3.1 Modificación y mejora de contenidos digitales

2.3.2 Reutilización de información para la creación de contenido original

2.3.3 Adaptación del contenido a diferentes plataformas

2.4 Copyright y licencias en la creación digital

2.4.1 Conceptos básicos de derechos de autor y licencias

2.4.2 Tipos de licencias para contenido digital

2.4.3 Buenas prácticas para el uso legal de imágenes, vídeos y textos

2.5 Uso de plataformas digitales para campañas promocionales

2.5.1 Introducción a las plataformas digitales de marketing turístico

2.5.2 Creación de campañas promocionales efectivas

2.5.3 Análisis de impacto y mejora de campañas

Índice de contenidos

03

Uso seguro de tecnologías digitales en el ámbito turístico

3.1 Introducción a la comunicación digital en el sector turístico

3.1.1 Definición y relevancia de la comunicación digital

3.1.1.1 ¿Qué es la comunicación digital?

3.1.1.2 Importancia de la comunicación digital en la atención al cliente turístico

3.1.2. El papel de las tecnologías digitales en la transformación del sector turístico

3.1.2.1 Impacto de la digitalización en el sector turístico

3.1.2.2 Principales tecnologías emergentes

3.1.3 Elementos clave de una estrategia de comunicación digital exitosa

3.1.3.1 Comunicación asertiva y efectiva en medios digitales.

3.1.3.2 Elementos visuales y su rol en la comunicación turística.

3.2 Estrategias de comunicación digital para la atención al cliente

3.2.1 Fundamentos de la atención al cliente digital

3.2.1.1 Diferencias entre atención presencial y digital.

3.2.2 Técnicas para una comunicación clara y empática en línea

3.2.2.1 Uso de un lenguaje sencillo y comprensible

3.2.3 Manejo de quejas y resolución de problemas a través de plataformas digitales

3.2.3.1 Técnicas de resolución de conflictos en línea

3.2.3.2 Ejemplos de respuestas eficaces a clientes insatisfechos

3.2.4 Fidelización del cliente a través de la comunicación digital

3.3 Herramientas de interacción digital en el turismo

3.3.1 Plataformas de mensajería instantánea y su uso en el sector turístico

3.3.2 Uso de plataformas sociales para la atención y promoción turística

Instagram, X, Facebook: cómo utilizar estas plataformas para interactuar con clientes

3.3.2.1 El poder de las imágenes y vídeos en la comunicación turística

Índice de contenidos

3.3.3 Correos electrónicos y formularios web como herramientas de interacción

3.3.3.1 Redacción de correos electrónicos para clientes turísticos

3.3.3.2 Mejores prácticas en la gestión de formularios y encuestas en línea.

3.4 Etiqueta electrónica en la comunicación con clientes turísticos

3.4.1 Principios básicos de la etiqueta electrónica (netiqueta)

3.4.1.1 Normas esenciales de comportamiento en la comunicación digital

3.4.1.2 Importancia de la cortesía y la profesionalidad en los medios digitales.

3.4.2 Prácticas para mantener una comunicación respetuosa y efectiva en línea

3.4.2.1 Cómo evitar malentendidos y fomentar una buena relación

3.4.2.2 Uso adecuado de emojis y tonos de comunicación

3.5 Diversidad cultural y generacional en la comunicación digital

3.5.1 Sensibilidad cultural en la comunicación online con clientes internacionales

3.5.1.1 Aspectos culturales a tener en cuenta al interactuar con clientes de diferentes países

3.5.2 Cómo adaptar el lenguaje y los contenidos a distintas generaciones

3.5.2.1 Diferencias en la comunicación entre generaciones

3.5.3 El uso de la diversidad como ventaja competitiva en la comunicación digital

3.5.3.1 Estrategias inclusivas para generar empatía en audiencias diversas

3.6 Elección de tecnologías y medios adecuados para la comunicación turística

3.6.1 Selección de plataformas y herramientas digitales según el perfil del cliente

3.6.2 Consideraciones para una comunicación digital accesible

3.6.2.1 Accesibilidad en la web: diseño inclusivo para personas con discapacidad

3.6.2.2 Herramientas para hacer que la comunicación sea accesible a todos los públicos

Índice de contenidos

04

Habilidades de comunicación efectiva en ventas digitales

4.1 Introducción a las soft skills en la promoción y venta de servicios turísticos

4.1.1 Definición y relevancia de las soft skills en la promoción y venta de servicios turísticos

4.1.2 El papel de la comunicación efectiva en la venta de servicios turísticos

4.1.3 La importancia de la empatía digital en la promoción de servicios turísticos

4.2 Habilidades de comunicación en el contexto de la venta de servicios turísticos

4.2.1 Comunicación verbal y no verbal en las ventas turísticas digitales

4.2.2 Herramientas digitales para una comunicación efectiva en la venta de servicios turísticos

4.2.3 Adaptación de la comunicación según el perfil del turista

4.3 Tecnologías digitales en la comunicación eficaz para la venta de servicios turísticos

4.3.1 Selección de tecnologías digitales para la interacción efectiva con los turistas

4.3.2 Plataformas y herramientas digitales para la promoción de servicios turísticos

4.3.3 Uso de redes sociales y canales digitales en la promoción turística

4.4 Técnicas de negociación en la venta de servicios turísticos

4.4.1 Principios de la negociación aplicada a la venta de servicios turísticos

4.4.2 Estrategias para negociar con turistas nacionales e internacionales

4.4.3 Técnicas persuasivas en la negociación digital de servicios turísticos

Índice de contenidos

4.5 Empatía digital en la promoción y venta de servicios turísticos

- 4.5.1 Qué es la empatía digital y su relevancia en el sector turístico
- 4.5.2 Cómo aplicar la empatía digital con diferentes tipos de turistas
- 4.5.3 Casos prácticos de empatía digital en la venta de experiencias turísticas

4.6 Comunicación persuasiva en la promoción y venta de servicios turísticos

- 4.6.1 Fundamentos de la persuasión en ventas de servicios turísticos
- 4.6.2 Técnicas persuasivas para destacar servicios turísticos frente a la competencia
- 4.6.3 Cómo adaptar el discurso comercial según el perfil del turista

4.7 Protección de la identidad digital y reputación en línea en el sector turístico

- 4.7.1 La identidad digital en el contexto de la venta de servicios turísticos
- 4.7.2 Estrategias para proteger la reputación en línea en la venta de servicios turísticos
- 4.7.3 La gestión de los datos digitales en las interacciones turísticas

4.8 Adaptación del discurso comercial según el perfil del turista

- 4.8.1 Características del turista nacional frente al turista internacional
- 4.8.2 Cómo adaptar el mensaje de ventas según el perfil y necesidades del turista
- 4.8.3 Uso de la tecnología para personalizar la comunicación con turistas

4.9 Soft skills en la promoción de experiencias turísticas

- 4.9.1 La importancia de la comunicación efectiva para la promoción de experiencias turísticas
- 4.9.2 Adaptación de las técnicas de venta a diferentes segmentos de turistas
- 4.9.3 Cómo diferenciarse de la competencia utilizando soft skills en la venta de servicios turísticos

Índice de contenidos

05

Técnicas de atención al cliente en turismo digital

5.1 El nuevo perfil del cliente digital en el sector turístico

5.1.1 Características del turista digital

5.1.1.1 Expectativas y comportamiento en entornos digitales

5.1.1.2 Canales preferidos para la atención online

5.1.2 Cambios en la atención al cliente con la transformación digital

5.1.2.1 Automatización y respuesta inmediata

5.1.2.2 Accesibilidad y disponibilidad 24/7

5.2 Herramientas digitales para la atención al cliente

5.2.1 Plataformas de comunicación digital

5.2.1.1 Chat en vivo y chatbots

5.2.1.2 Correo electrónico y sistemas de tickets

5.2.1.3 Redes sociales como canales de soporte

5.2.2 Software de gestión de clientes (CRM)

5.2.2.1 Funciones básicas de un CRM turístico

5.2.2.2 Integración con otros sistemas de reservas

5.2.3 Inteligencia artificial y personalización

5.2.3.1 Recomendaciones automáticas basadas en el historial del cliente

5.2.3.2 Automatización de respuestas frecuentes

5.3 Competencias digitales aplicadas al turismo

5.3.1 Participación en la ciudadanía digital

5.3.1.1 Identificación de servicios digitales útiles para turistas

5.3.1.2 Tecnología accesible para la inclusión y participación

5.3.2 Resolución de problemas técnicos simples

5.3.2.1 Problemas comunes en plataformas de reservas

5.3.2.2 Soluciones digitales básicas al alcance del cliente y del agente

Índice de contenidos

5.4 Gestión de consultas y resolución de incidencias online

5.4.1 Tipología de consultas y reclamaciones frecuentes

5.4.1.1 Dudas sobre el proceso de reserva

5.4.1.2 Problemas con pagos y confirmaciones

5.4.1.3 Modificaciones y cancelaciones

5.4.2 Estrategias de resolución de conflictos digitales

5.4.2.1 Escucha activa y lenguaje empático online

5.4.2.2 Técnicas de desescalamiento de situaciones conflictivas

5.4.2.3 Seguimiento tras incidencias

5.5 Personalización de servicios turísticos

5.5.1 Recogida de información y análisis de necesidades del cliente

5.5.1.1 Formularios interactivos y encuestas

5.5.1.2 Uso de datos de navegación y comportamiento

5.5.2 Diseño de propuestas personalizadas

5.5.2.1 Paquetes turísticos adaptados a perfiles

5.5.2.2 Actividades complementarias y servicios añadidos

5.5.3 Técnicas de fidelización digital

5.5.3.1 Programas de puntos y recompensas

5.5.3.2 Promociones segmentadas y automatizadas

