

CURSO

Introducción a las COMPETENCIAS DIGITALES TURÍSTICAS

MODALIDAD: E-LEARNING**DURACIÓN:** 24 HORAS**FECHA DE INICIO:** 21 DE MAYO DE 2020

COMPETENCIAS DIGITALES

Las competencias **digitales** son un conjunto de habilidades y destrezas para alcanzar objetivos de formación o conocimiento a través de herramientas digitales, es decir, las competencias digitales suponen el desarrollo y la aplicación de técnicas de información y alfabetización de datos, conocer y manejar mecanismos de comunicación y colaboración, la creación de contenidos digitales, la identificación y aplicación de medidas de seguridad y conocer e implantar medidas para la resolución de problemas. Debido al gran auge de las tecnologías y del uso de las tecnologías en los puestos de trabajo, las competencias digitales son esencialmente importantes para los trabajadores del sector turismo.

La siguiente tabla muestra las diferentes competencias digitales que se han determinado de interés para los profesionales del sector turístico, y sobre las cuales se recibirá formación a lo largo del presente curso:

COMPETENCIAS DIGITALES	
C 2.1	Desarrollar y aplicar técnicas de información y alfabetización de datos.
C 2.2	Conocer y manejar mecanismos de comunicación y colaboración.
C 2.3	Crear contenidos digitales.
C 2.4	Identificar y aplicar medidas de seguridad.
C 2.5	Uso de herramientas digitales para implantar medidas para la resolución de problemas.

OBJETIVOS DEL CURSO

La digitalización de nuestra sociedad es un proceso acelerado y en constante expansión. En el ámbito turístico nos encontramos que, tanto en el entorno laboral como para mantener las relaciones con los clientes, el número de tecnologías a aplicar ha crecido considerablemente en los últimos años, teniendo todas ellas en común su conexión a la Red. Asimismo, los profesionales turísticos del ámbito público y privado, los turistas, los colaboradores y la competencia son usuarios habituales de las redes sociales y del ciberespacio.

Este MOOC te proporcionará ideas y experiencias sobre cómo repensar y redefinir las competencias de los profesionales del turismo en un tiempo social dominado por la tecnología digital.

Al finalizar este MOOC, conseguirás mejorar en tus competencias digitales. La estimación de carga horaria es solo orientativa, ya que se espera que tu participación en este MOOC tenga como principal motivación tu aprendizaje personal y tu desarrollo profesional.

Los objetivos generales del curso son:

- Identificar y reflexionar sobre los desafíos de las empresas y servicios turísticos ante los retos de la sociedad digital.
- Conocer los aspectos clave que inciden en el proceso de integración organizativa de las TIC en una organización turística.
- Aproximarse a las tendencias y metodologías de gestión, promoción y comunicación activas en las que se utilizan las TIC como un recurso clave para el trabajo en el sector turístico.
- Identificar y analizar las nuevas funciones y tareas del profesional turístico del S.XXI en el contexto de la sociedad digital.
- Conocer las áreas y características del "Marco Común de Competencia Digital Turística".

Al finalizar la formación, el alumno será capaz de:

- Acceder y articular las necesidades de información turística digital, buscar datos, información y contenido en entornos digitales. Analizar, interpretar y evaluar críticamente los datos, la información y el contenido digital.
- Organizar datos turísticos y procesarlos en un entorno estructurado.
- Interactuar con la información turística a través de una variedad de tecnologías digitales y comprender los medios de comunicación apropiados para un contexto dado.
- Compartir datos, información y contenido turístico digital con otros a través de tecnologías digitales apropiadas. Utilizar eficazmente servicios digitales turísticos públicos y privados. Conocer las normas de comportamiento e interactuar en entornos digitales turísticos. Tratar los datos que se producen a través de diversas herramientas, entornos y servicios digitales.
- Crear, editar y modificar contenidos digitales turísticos en diferentes formatos, y expresarse a través de medios digitales.
- Proteger los dispositivos y el contenido digital, y comprender los riesgos y amenazas en entornos digitales.
- Conocer y aplicar las medidas de seguridad y protección digital.
- Respetar la privacidad, especialmente en lo referente a datos personales.
- Conocer las tecnologías digitales para el bienestar y la inclusión social en el ámbito turístico.

- Adaptar y personalizar los entornos digitales a las necesidades personales.
- Comprender y resolver problemas en el mundo digital, individual y colectivamente, especialmente aplicado al turismo.

CONTENIDOS

UNIDAD TEMÁTICA 1 CONOCER Y MANEJAR MECANISMOS DE COMUNICACIÓN Y COLABORACIÓN EN ENTORNOS DIGITALES (I): EL TRABAJO EN LA NUBE.

1. ¿Qué es trabajar en la nube?
2. ¿Por qué trabajar en la nube?
 - 2.1 Compartir archivos de manera rápida, sencilla y eficaz.
 - 2.2 Comunicación con el equipo en tiempo real
 - 2.2.1 Slack
3. Aplicaciones para trabajar en la nube
 - 3.1 Google Drive
 - 3.1.1 Cómo crear una cuenta de Google Drive
 - 3.1.2 Crear un archivo de texto compartido para trabajar en equipo mediante Google Docs
 - 3.2 Dropbox
 - 3.2.1 Cómo crear una cuenta de Dropbox
 - 3.2.2 Cómo crear en Dropbox un documento de Microsoft Office
 - 3.2.3 Cómo compartir un archivo para editarlo a la vez con varias personas.
 - 3.3 OneDrive
 - 3.3.1 Cómo acceder a OneDrive
 - 3.3.2 Cómo crear un documento de Microsoft Office **¡Error!**
Marcador no definido.
 - 3.3.3 Cómo compartir un archivo para editarlo a la vez con varias personas.

UNIDAD TEMÁTICA 2 CONOCER Y MANEJAR MECANISMOS DE COMUNICACIÓN Y COLABORACIÓN EN ENTORNOS DIGITALES (II): ORGANIZACIÓN DE REUNIONES Y CONFERENCIAS.

1. Ventajas de la organización de reuniones virtuales
 - 1.1. Comunicación interna
 - 1.2. Comunicación externa
 - 1.3. Herramientas más usadas
2. Aspectos a tener en cuenta
3. Cómo configurar el equipo correctamente: audio y vídeo
4. Herramientas para organizar reuniones y videoconferencias
 - 4.1. Hangouts
 - 4.2. Skype
 - 4.3. Discord
5. Ejemplos en el sector turístico

UNIDAD TEMÁTICA 3 GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN Y NAVEGACIÓN A TRAVÉS DE HERRAMIENTAS EN RED PARA LA SELECCIÓN DE PERSONAL Y LOCALIZACIÓN DE CONTACTOS PROFESIONALES TURISTICOS.

1. Selección de personal en Internet (e-recruiting)
 - 1.1 Introducción
 - 1.2 Concepto de e-recruitment
 - 1.3 Realizar una oferta de empleo atractiva
 - ¿Qué información debemos indicar en la oferta de empleo?
 - A qué prestar atención al crear una oferta de empleo
 - En resumen: el anuncio debe corresponderse con la posición (y al revés)
 - 1.4 Proceso de e-recruiting
 - Ofertar el trabajo
 - Recepción de la solicitud
 - Proceso de selección

Contacto inicial

2. Ventajas y desventajas de usar e-recruiting
 - 2.1 Ventajas
 - 2.2 Inconvenientes
3. Herramientas de e-recruiting (Applicant Tracking Systems)
 - 3.1 Cómo funcionan los ATS
 - 3.2 Herramientas ATS mejor valoradas
 - Paycor Software.
 - Kronos Workforce Ready Software.

UNIDAD TEMÁTICA 4 CREACIÓN Y DIFUSIÓN DE UNA MARCA TURISTICA

1. ¿Qué es un plan de comunicación y cómo elaborarlo?
 - 1.1. Tipos de un plan de comunicación
 - 1.2. Beneficios de implementar un plan de comunicación
 - 1.3. Cómo elaborar un plan de comunicación
2. Estrategias de marketing en la empresa turística
 - 2.1. Marketing móvil para atraer turistas
 - 2.2. Marketing de contenidos para promocionar nuestro servicio
 - 2.3. Publicidad y promoción a través de las redes sociales
 - 2.4. Influencers
 - 2.5. Marketing por email
3. Cómo medir la reputación online

UNIDAD TEMÁTICA 5 CREACIÓN DE CONTENIDOS DIGITALES Y RELACIÓN CON LOS TURISTAS MEDIANTE LAS REDES SOCIALES

1. Redes Sociales más comunes
 - 1.1. Redes sociales mas utilizadas en el sector turístico
 - Facebook
 - Twitter

Instagram

Tripadvisor

Otras redes sociales

1.2. Impacto

2. Foros y su aplicación en internet

2.1. Razones por las que crear un foro

2.2. Pasos a seguir para crear un foro

2.3. Importancia de los foros

3. Comunidades virtuales de interés turístico

3.1 Tripadvisor

3.2 MiNube

4. Social Media Optimization (SMO)

4.1 Principales técnicas de SMO orientadas al sector turístico

UNIDAD TEMÁTICA 6 MARKETING DIGITAL DEL PRODUCTO TURÍSTICO

1. Desarrollo de plan y estrategia de social media

1.1. Introducción

1.2. Plan de marketing digital para un producto turístico

1. Resumen Ejecutivo.

2. Misión y visión.

3. Análisis de la Situación

4. Determinación de Objetivos

5. Elaboración y Selección de Estrategias

6. Plan de Acción

7. Presupuesto

8. Implementación, Evaluación y Control

2. Optimización de buscadores –SEO y Search Engine Marketing – SEM

2.1. SEO

2.2. SEM

3. GOOGLE ANALYTICS. Medición de resultados
4. Marketing de geolocalización: Google Maps
 - 4.1. Utilizar Google Maps en empresas turísticas

UNIDAD TEMÁTICA 7 CREACIÓN DE CONTENIDOS MULTIMEDIA

1. Introducción a los contenidos multimedia
 - 1.1. Promoción turística
2. Herramientas para el diseño de infografías en el turismo
 - 2.1. Piktochart
 - 2.2. Esasel.ly
3. Herramientas para la edición de imágenes
 - 3.1. Canva
 - 3.2. Gimp
 - 3.3. Paint.net
4. Herramientas para la creación de encuestas y test en tiempo real
 - 4.1. Socrative
 - 4.2. Formularios Google