

CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LA PROPUESTA

Curso que profundiza en las nuevas tendencias que deben abordar las empresas turísticas para fortalecer su desarrollo interno, para mejorar su gestión comercial mediante la aplicación de las adecuadas estrategias (físicas y digitales), así como para aprovechar las oportunidades que ofrece Osuna como espacio turístico referencial dentro de Andalucía.

Se desarrollará en formato semipresencial, complementando las clases online asincrónicas con sesiones presenciales en la localidad y tutorías en vivo ya sea físicamente o a través de videoconferencias.

El curso está dividido en tres módulos y un total de 120 horas (40% presenciales -48 horas- y 60% online -72 horas-) de contenidos donde se abarcan aspectos asociados a la gestión y comercialización, particularmente la digital, de nuevos productos turísticos en pequeñas y medianas empresas del sector.

Específicamente se profundiza en aspectos de alto interés y valor como la sostenibilidad, la accesibilidad y las nuevas recomendaciones higiénico-sanitarias que los clientes demandan y las instituciones recomiendan.

Formato, Características Principales y certificación

Se desarrollará en formato semipresencial complementando las clases online –carácter asincrónico- con sesiones presenciales en la localidad de Osuna y con tutorías en vivo ya sea físicamente o a través de videoconferencias.

Las clases online asincrónicas se desarrollarán a partir de una plataforma de enseñanza virtual disponible para ordenador o teléfono móvil. Al finalizar cada módulo y de forma grupal se impartirá una tutoría por videoconferencia para consolidar los conocimientos adquiridos, resolver posibles dudas y revisar las autoevaluaciones.

Se impartirán 12 sesiones presenciales (cuatro por cada módulo formativo). Cada una de las sesiones presenciales será de cuatro horas para favorecer la asimilación de contenidos. Cada uno de los tres módulos incluirá su correspondiente evaluación, ya sea mediante la resolución de casos prácticos, test de conocimientos, etc.

La superación de las evaluaciones de los tres módulos que implica el curso conllevará la obtención del Diploma "Experto en Transformación Digital de Empresas, Sostenibilidad y Accesibilidad Turística".

Lugar de impartición

- Sesiones virtuales: Plataforma de enseñanza virtual de la Escuela Universitaria de Osuna.
- Sesiones presenciales: Instalaciones de la Escuela Universitaria de Osuna.

Estructura del Diploma

El Curso/diploma se estructura a través de tres módulos formativos.

Número de horas

120 horas (48 horas presenciales; 72 horas no presenciales)

OBJETIVOS GENERALES

1. Conocer diferentes productos y servicios turísticos de crecimiento dentro del sector, así como sus posibilidades de desarrollo según el destino/entorno en que se localizan.
2. Estudiar el comportamiento del consumidor turístico y las estrategias requeridas para fomentar su fidelidad emocional en entornos físicos y/o digitales
3. Reflexionar en torno a las áreas claves del marketing turístico -físico y/o digital-, potenciando la presencia, visibilidad y reputación de los productos como elemento esencial en el éxito de su comercialización.
4. Comprender las opciones estratégicas -físicas y/o digitales- de gestión aplicables a empresas que desarrollan su actividad en el mercado turístico.
5. Presentar los estándares higiénico-sanitarios de necesaria consideración en establecimientos turísticos.
6. Estudiar y poner en valor la importancia de la sostenibilidad turística, así como la accesibilidad física y online en establecimientos turísticos.
7. Debatir en torno a los límites del crecimiento turístico, así como de sus principales causas, consecuencias y posibles soluciones en el marco de un nuevo modelo de gobernanza inteligente.

COMPETENCIAS GENERALES

1. Desarrollo de capacidades que permitan el diseño y presentación de los productos y servicios turísticos que se comercializan ante clientes e intermediarios del sector.
2. Ejecución de habilidades asociadas al desarrollo de procesos de planificación, ejecución y control estratégico en el ámbito turístico, incluyendo el uso de herramientas digitales que permitan una mejor presentación de productos turísticos en el mercado.
3. Diseño de propuestas de valor de interés para el mercado turístico y de actividades de comercialización online y offline que permitan optimizar el presupuesto del que se dispone.
4. Capacitación para el asesoramiento a los establecimientos turísticos en materia higiénico-sanitaria, de sostenibilidad turística, así como en materia de accesibilidad física y digital.



CURSO/DIPLOMA EN TRANSFORMACIÓN DIGITAL DE EMPRESAS, SOSTENIBILIDAD Y ACCESIBILIDAD TURÍSTICA

Título
Curso/Diploma
Denominación
Experto en Transformación Digital de Empresas, Sostenibilidad y Accesibilidad Turística

ACTUACIÓN 15, PLAN DE SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA "OSUNA SOSTENIBLE 2023-2025 "FORMACIÓN ACTORES CLAVE PARA LA ACELERACIÓN Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL DEL SECTOR TURÍSTICO" A TRAVÉS DE LA SUBVENCIÓN "PLANES DE SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA EN DESTINO", PLAN DE RECUPERACIÓN, TRANSFORMACIÓN Y RESILIENCIA-FINANCIADO POR LA UNIÓN EUROPEA- UE DE PRÓXIMA GENERACIÓN

CONTENIDOS ESPECÍFICOS

MÓDULO 1: CREACIÓN PROFESIONAL DE PRODUCTOS TURÍSTICOS. MARKETING DIGITAL Y COMERCIALIZACIÓN PARA PYMES TURÍSTICAS

Número de Horas: 40

- 16 horas de formación presencial
- 24 horas de formación autónoma online

Modalidad de impartición semipresencial.

Objetivo:

1. Conocer los diferentes formatos de productos y servicios que existen en el mercado turístico con objeto de adquirir capacidades para su presentación ante los clientes y/o intermediarios del sector.
2. Saber poner en valor los productos y servicios turísticos, reconociendo sus valores en el mercado turístico y adaptándolos a las necesidades de los diferentes tipos de clientes.

Contenidos: Bloques

1. El mercado turístico, estructura y ámbitos de negocio
2. Productos/servicios y experiencias turísticas
3. Comportamiento del turista e interdependencia productos-destinos
4. Marketing de destinos ante los límites del crecimiento turístico
5. Marketing digital y nuevo recorrido del turista
6. Redes sociales, inbound marketing y marketing de contenidos
7. Presencia digital, reputación online y estrategias SEM-SEO-SMO-SMM
8. Relaciones con mayoristas y otros intermediarios turísticos minoristas

Metodología

- Desarrollo de contenidos de forma presencial (16 horas)
- Desarrollo de autoformación online a través de la plataforma de enseñanza virtual (24 horas)

Recursos para el alumnado

- Presentaciones en PowerPoint o similar disponibles en la plataforma de enseñanza virtual
- Vídeos temáticos/Lecturas/Casos prácticos
- Autoevaluaciones
- Tutorías por videoconferencia

Evaluación y criterios de evaluación

- Desarrollo de las actividades (ejemplo: solución de casos prácticos, trabajo individual o grupal) encargada por el docente del módulo
- Obtención de una puntuación superior a 5 en las autoevaluaciones y desarrollo de
- actividades propuestas

MÓDULO 2: TRANSFORMACIÓN DIGITAL DE PYMES TURÍSTICAS Y NUEVOS ESTÁNDARES HIGIÉNICO-SANITARIOS EN ESTABLECIMIENTOS TURÍSTICOS.

Número de Horas: 40

- 16 horas de formación presencial
- 24 horas de formación autónoma online

Modalidad de impartición semipresencial.

Objetivo:

1. Conocer las diferentes herramientas digitales y obtener capacidades para fomentar su aplicación en el sector turístico.
2. Ser capaces de asesorar a los establecimientos turísticos para mejorar su gestión higiénico-sanitaria, incluyendo los nuevos estándares higiénico-sanitarios. Conocer estos nuevos estándares y como comunicarlos al mercado antes de la compra y durante el servicio permitirá a ofrecer a las empresas turísticas nuevas vías para tangibilizar su oferta de productos y servicios, y mejorar la experiencia del cliente.

Contenidos: Bloques

1. Cultura digital en las empresas turísticas. Desarrollo de diagnóstico de madurez digital
2. Digitalización de procesos internos PMS-CRM
3. Herramientas de digitalización para el desarrollo de las actividades laborales y contables ERP'S
4. Implementación de sistemas de monitoreo de redes sociales
5. El comportamiento del consumidor en el mercado turístico
6. Legislación, estándares y recomendaciones de organismos públicos y asociaciones sectoriales
7. Nuevas tecnologías y estándares higiénico-sanitarios
8. Percepción digital y comunicación higiénico-sanitaria

Metodología

- Desarrollo de contenidos de forma presencial (16 horas)
- Desarrollo de autoformación online a través de la plataforma de enseñanza virtual (24 horas)

Recursos para el alumnado

- Presentaciones en PowerPoint o similar disponibles en la plataforma de enseñanza virtual
- Vídeos temáticos/Lecturas/Casos prácticos
- Autoevaluaciones
- Tutorías por videoconferencia

Evaluación y criterios de evaluación

- Desarrollo de las actividades (ejemplo: solución de casos prácticos, trabajo individual o grupal) encargada por el docente del módulo
- Obtención de una puntuación superior a 5 en las autoevaluaciones y desarrollo de actividades propuestas

MÓDULO 3: SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA Y ACCESIBILIDAD ONLINE, URBANA Y DE ESTABLECIMIENTOS TURÍSTICOS

Número de Horas: 40

- 16 horas de formación presencial
- 24 horas de formación autónoma online

Modalidad de impartición semipresencial.

Objetivo:

1. Comprender que la sostenibilidad turística debe ser una filosofía que impregne toda la cultura de la industria turística, siendo uno de los principales valores reconocidos por el mercado turístico.
2. Aprender los conocimientos necesarios para planificar la sostenibilidad de las empresas y de los territorios, mediante la evaluación de los retornos económicos, medioambientales y sociales que genera la implementación de estrategias de sostenibilidad turística en el sector.
3. Conocer los diferentes marcos legales, así como las soluciones estándares y/o más creativas en materia de accesibilidad online y urbana de establecimientos turísticos.

Contenidos: Bloques

1. Análisis de las claves de sostenibilidad turística
2. Análisis económico: La sostenibilidad como elemento de ahorro y diferenciación para las empresas y el territorio
3. La sostenibilidad como elemento de cohesión social
4. Estrategias y acciones medioambientales sostenibles
5. Accesibilidad online. Caracterización de usuarios y sistemas de ayuda al acceso de contenidos y sistemas digitales
6. Accesibilidad del destino y recurso turístico asociado: Espacios públicos urbanizados y/o destinados a uso público
7. Accesibilidad de establecimientos y recursos turísticos asociados
8. Marco legislativo

Metodología

- Desarrollo de contenidos de forma presencial (16 horas)
- Desarrollo de autoformación online a través de la plataforma de enseñanza virtual (24 horas)

Recursos para el alumnado

- Presentaciones en PowerPoint o similar disponibles en la plataforma de enseñanza virtual
- Vídeos temáticos/Lecturas/Casos prácticos
- Autoevaluaciones
- Tutorías por videoconferencia

Evaluación y criterios de evaluación

- Desarrollo de las actividades (ej: solución de casos prácticos, trabajo individual o grupal) encargada por el docente del módulo
- Obtención de una puntuación superior a 5 en las autoevaluaciones y desarrollo de actividades propuestas