



COMPETENCIAS  
DIGITALES

PARA EL SECTOR TURÍSTICO  
EN EXTREMADURA

# El Turismo EVOLUCIONA



FORMACIÓN PARA LA  
CAPACITACIÓN  
DIGITAL



CATÁLOGO DE

*Cursos*



Financiado por  
la Unión Europea  
NextGenerationEU



GOBIERNO  
DE ESPAÑA

MINISTERIO  
DE INDUSTRIA  
Y TURISMO



Plan de  
Recuperación,  
Transformación  
y Resiliencia

JUNTA DE EXTREMADURA

Consejería de Cultura, Turismo, Jóvenes y Deportes

**Cámara**  
Badajoz

# ÍNDICE

## DE CURSOS

<b>PROMOCIÓN Y VENTA DE SERVICIOS TURÍSTICOS ONLINE</b>	<b>3</b>
<b>TECNOLOGÍAS QUE APOYAN AL SECTOR DE VENTAS Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN TURISMO</b>	<b>6</b>
<b>POSICIONAMIENTO EN BUSCADORES PARA EMPRESAS TURÍSTICAS</b>	<b>9</b>
<b>COMPETENCIAS DIGITALES EN TURISMO</b>	<b>12</b>
<b>DIGITALIZACIÓN Y RRSS COMO ESTRATEGIA CORPORATIVA EN EL SECTOR TURÍSTICO</b>	<b>15</b>
<b>COMERCIALIZACIÓN ONLINE DE PRODUCTOS TURÍSTICOS</b>	<b>20</b>
<b>BASES DE DATOS DE CLIENTELA EN EMPRESAS TURÍSTICAS: SEGMENTACIÓN Y EXPLOTACIÓN COMERCIAL</b>	<b>23</b>
<b>GESTIÓN DE VENTAS, MARKETING DIRECTO Y UTILIZACIÓN DE REDES SOCIALES EN LA GESTIÓN COMERCIAL TURÍSTICA</b>	<b>26</b>
<b>COMPETENCIAS DIGITALES AVANZADAS EN TURISMO II</b>	<b>29</b>



# PROMOCIÓN Y VENTA DE SERVICIOS TURÍSTICOS ONLINE

## OBJETIVO

Aprende a **diseñar e implementar** estrategias efectivas de promoción y venta en el entorno digital para el sector turístico. Adquirirás las habilidades necesarias para utilizar herramientas online, redes sociales, portales especializados y técnicas de marketing digital, con el objetivo de atraer y fidelizar clientes.

## PÚBLICO OBJETIVO

PYMES, trabajadores por cuenta ajena, autónomos y estudiantes con contrato en prácticas, siempre que estén vinculados al **sector turístico**.

## DURACIÓN

150 horas.

## **UD1** Introducción a la alfabetización digital y gestión de datos turísticos.

- 1.1** Conceptos básicos de alfabetización digital.
- 1.2** La navegación y búsqueda de información turística.
- 1.3** Evaluación de fuentes y fiabilidad de la información.
- 1.4** Organización de datos turísticos en entornos digitales.
- 1.5** Búsqueda y evaluación de información.

## **UD2** 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.
- 2.3** Integración y reelaboración de contenidos.
- 2.4** Copyright y licencias en la creación digital.
- 2.5** Uso de plataformas digitales para campañas promocionales.

## **UD3** Comunicación eficaz en línea con clientes turísticos

- 3.1** Introducción a la comunicación digital en el sector turístico.
- 3.2** Estrategias de comunicación digital para la atención al cliente.
- 3.3** Herramientas de interacción digital en el turismo.
- 3.4** Etiqueta electrónica en la comunicación con clientes turísticos.
- 3.5** Diversidad cultural y generacional en la comunicación digital.
- 3.6** Elección de tecnologías y medios adecuados para la comunicación turística.

## **UD4 Soft skills: habilidades de comunicación efectiva en ventas digitales**

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

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

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

**4.4** Técnicas de negociación en la venta de servicios turísticos.

**4.5** Empatía digital en la promoción y venta de servicios turísticos.

**4.6** Comunicación persuasiva en la promoción y venta de servicios turísticos.

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

**4.8** Adaptación del discurso comercial según el perfil del turista.

**4.9** Soft skills en la promoción de experiencias turísticas.

## **UD5 Competencias específicas: técnicas de atención al cliente en turismo digital**

**5.1** El nuevo perfil del cliente digital en el sector turístico.

**5.2** Herramientas digitales para la atención al cliente.

**5.3** Competencias digitales aplicadas al turismo.

**5.4** Gestión de consultas y resolución de incidencias online.

**5.5** Personalización de servicios turísticos.

# TECNOLOGÍAS QUE APOYAN AL SECTOR DE VENTAS Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN TURISMO

## OBJETIVO

Introducción a herramientas digitales que facilitan la **gestión de ventas** y mejoran la **atención al cliente** en el sector turístico. Se presentan soluciones tecnológicas accesibles para optimizar la comunicación, organizar tareas y ofrecer un servicio más eficiente desde etapas iniciales.

## PÚBLICO OBJETIVO

PYMES, trabajadores por cuenta ajena, autónomos y estudiantes con contrato en prácticas, siempre que estén vinculados al **sector turístico**.

## DURACIÓN

150 horas

## **UD1 Navegación y búsqueda de información para ventas turísticas**

- 1.1** Necesidades de búsqueda de información.
- 1.2** Tipos de información relevante en ventas y atención al cliente.
- 1.3** Motores de búsqueda avanzada.
- 1.4** Bases de datos abiertas al público.
- 1.5** Plataformas de gestión de la reputación digital.
- 1.6** Herramientas digitales de gestión de la información.

## **UD2 Plataformas digitales para atención al cliente en turismo**

- 2.1** Sistemas de gestión de relaciones con clientes. (CRM)
- 2.2** Asistentes virtuales y mensajería automatizada.
- 2.3** Plataformas inteligentes de interacción cliente-destino.
- 2.4** Gestión de identidad digital en canales de atención turística.

## **UD3 Colaboración digital y normas de etiqueta profesional**

- 3.1** Normas de etiqueta digital para atención al cliente.
- 3.2** Herramientas colaborativas para gestión turística.
- 3.3** Experiencias de cocreación con clientes en destinos inteligentes.
- 3.4** Repositorios digitales compartidos y canales de interacción.

## **UD4 Habilidades de gestión de equipos y liderazgo en turismo digital**

- 4.1** Liderazgo de equipos digitales en entornos colaborativos de atención al cliente.
- 4.2** Resolución de conflictos en entornos interculturales.
- 4.3** Evaluación de capacidades digitales en equipos locales.
- 4.4** Intervención motivacional.

## **UD5** Herramientas digitales para la atención al cliente turístico

- 5.1** Automatización avanzada: incorporación de chatbots y asistentes.
- 5.2** Plataformas para gestión operativa de solicitudes y reclamaciones.
- 5.3** Monitorización de calidad de atención digital.
- 5.4** Tecnologías emergentes en atención turística.



# POSICIONAMIENTO EN BUSCADORES PARA EMPRESAS TURÍSTICAS

## OBJETIVO

Capacitar a los participantes en el uso de **técnicas y estrategias básicas de posicionamiento en buscadores (SEO)** aplicadas al sector turístico, con el fin de **mejorar la visibilidad online** de productos y servicios, atraer mayor tráfico web y aumentar la presencia digital de la empresa en los principales motores de búsqueda.

## PÚBLICO OBJETIVO

PYMES, trabajadores por cuenta ajena, autónomos y estudiantes con contrato en prácticas, siempre que estén vinculados al **sector turístico**.

## DURACIÓN

150 horas

## **UD1 Principios básicos del SEO en el sector turístico**

- 1.1** Qué es SEO y su importancia en el turismo digital.
- 1.2** Identificación de necesidades digitales de posicionamiento en buscadores.
- 1.3** Uso creativo de la tecnología para el posicionamiento.

## **UD2 Uso de herramientas de análisis para posicionamiento web**

- 2.1** Evaluación y filtrado de información para estrategias de posicionamiento en turismo.
- 2.2** Evaluación de información con herramientas digitales para el posicionamiento del mercado turístico.

## **UD3 Creación de contenidos digitales optimizados para SEO**

- 3.1** Desarrollo de contenido optimizado para mejorar la visibilidad de empresas turísticas.
- 3.2** Integración y reelaboración de contenidos digitales.
- 3.3** Uso de herramientas digitales para la creación y optimización de contenido en turismo.

## **UD4 Habilidades de análisis y toma de decisiones basadas en datos**

- 4.1** Resolución de problemas técnicos en posicionamiento web: optimización de accesibilidad y usabilidad.
- 4.2** Evaluación e interpretación de métricas: ajuste de estrategias y gestión de la incertidumbre.

## **UD5 Estrategias SEO para el sector turístico**

**5.1 Almacenamiento y recuperación de información SEO: optimización de visibilidad.**

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



# COMPETENCIAS DIGITALES EN TURISMO

## OBJETIVO

Adquirir los conocimientos y habilidades digitales fundamentales para **desenvolverse con eficacia en el entorno profesional del turismo**, utilizando herramientas tecnológicas y recursos online que mejoren la gestión, la comunicación y la atención al cliente en entornos digitales.

## PÚBLICO OBJETIVO

PYMES, trabajadores por cuenta ajena, autónomos y estudiantes con contrato en prácticas, siempre que estén vinculados al **sector turístico**.

## DURACIÓN

150 horas

## **UD1** Competencias esenciales para la digitalización en turismo

- 1.1** La digitalización en el sector turístico.
- 1.2** Competencias esenciales para la digitalización en turismo.
- 1.3** Herramientas digitales clave en el turismo.
- 1.4** Desarrollo de competencias digitales de forma continua.

## **UD2** Uso seguro de tecnologías digitales en el ámbito turístico

- 2.1** Seguridad digital en el turismo.
- 2.2** Protección de dispositivos digitales.
- 2.3** Protección de datos personales en el turismo digital.
- 2.4** Protección de la salud digital en el turismo.
- 2.5** Buenas prácticas para la protección de datos y seguridad en línea.

## **UD3** Soft skills: trabajo en equipo y gestión del tiempo en entornos digitales

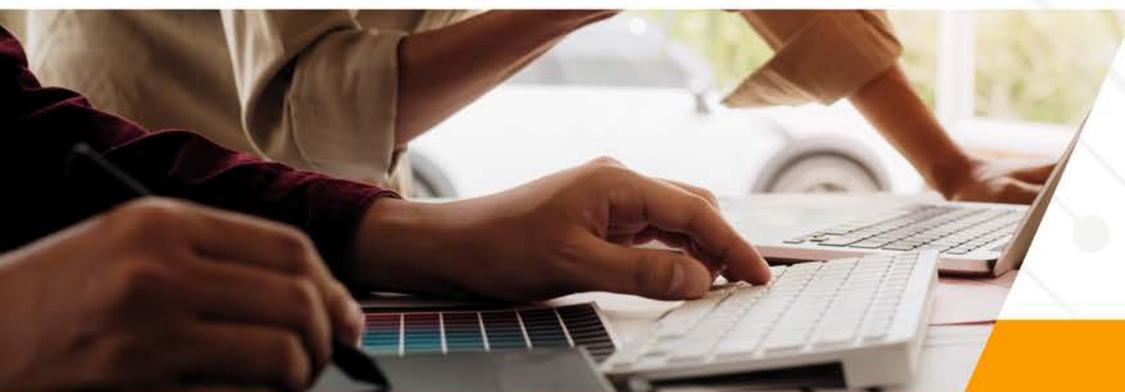
- 3.1** ¿Qué son las soft skills?.
- 3.2** Trabajo en equipo en entornos digitales.
- 3.3** Gestión del tiempo en entornos digitales.
- 3.4** Herramientas digitales para la colaboración y gestión del tiempo.
- 3.5** Competencias digitales para la colaboración eficaz.
- 3.6** Etiqueta electrónica y reputación digital.
- 3.7** Aplicaciones prácticas en el sector turístico.

## **UD4** Desarrollo de contenidos básicos para la promoción digital

- 4.1** Creación de contenidos digitales en turismo.
- 4.2** Formatos de contenido digital para la promoción turística.
- 4.3** Técnicas para la creación de contenido atractivo.
- 4.4** Expresión personal y creatividad en la creación de contenidos.
- 4.5** Integración y reelaboración de contenidos digitales.
- 4.6** Aplicación práctica: desarrollo de una campaña digital básica.

## **UD5** Competencias específicas: economía circular en el sector turístico

- 5.1** Introducción a la economía circular en el turismo
- 5.2** Identificación de necesidades tecnológicas en turismo sostenible
- 5.3** Uso creativo de la tecnología para la economía circular en el turismo
- 5.4** Prácticas de sostenibilidad digital aplicadas al turismo
- 5.5** Competencias específicas en turismo y economía circular



# DIGITALIZACIÓN Y RRSS COMO ESTRATEGIA CORPORATIVA EN EL SECTOR TURÍSTICO

## OBJETIVO

Comprender el papel de la digitalización y las redes sociales como elementos clave en la estrategia corporativa de empresas turísticas. Se analizarán herramientas digitales, tendencias del entorno online y buenas prácticas para fortalecer la identidad de marca, mejorar la comunicación con el cliente y aumentar la competitividad en el mercado.

## PÚBLICO OBJETIVO

PYMES, trabajadores por cuenta ajena, autónomos y estudiantes con contrato en prácticas, siempre que estén vinculados al **sector turístico**.

## DURACIÓN

150 horas

## **UD1** Conocimiento del comercio electrónico y sus singularidades respecto al comercio tradicional

**1.1** Conceptos básicos y ventajas sobre el comercio electrónico tradicional.

**1.2** Ventajas del e-commerce sobre el comercio tradicional.

**1.3** Tipos de e-commerce y plataformas.

**1.4** Estrategias digitales de búsqueda y acceso a información: presencia digital.

**1.5** Uso de herramientas digitales en turismo: desarrollo de competencias específicas.

**1.6** Evaluación y filtrado de fuentes e información.

## **UD2** Manejo de normativa que garantiza la seguridad de las transacciones

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

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

## **UD3** Gestión segura de transacciones

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

**3.2** Aplicación de medidas para proteger datos personales en plataformas turísticas.

**3.3** Integración de medidas organizativas y técnicas en entornos turísticos digitales.

### **UD1 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
- 1.2** Aplicación del Esquema Nacional de Seguridad para la interacción digital segura en turismo.
- 1.3** Gestión de trámites para la interacción con administraciones a través de las tecnologías

### **UD2 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

### **UD3 Trámites online**

- 3.1** Gestión digital de procedimientos administrativos
- 3.2** Asistencia institucional en trámites electrónicos y gestión de identidades digitales con seguridad
- 3.3** Trámites administrativos electrónicos
- 3.4** Trámites telemáticos cotidianos

### **UD4 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
- 4.2** Aplicación operativa de métodos de autenticación digital en plataformas administrativas
- 4.3** Implementación jurídica y operativa de sistemas de firma electrónica en procedimientos digitales

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

### **UD5 Autonomía en el desempeño comercial y empresarial**

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

#### **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**

#### **5.4 Identificación de requisitos normativos en la facturación digital en turismo**

## **MOD3 Email marketing**

### **UD1 Diseño, creación y gestión de un plan de marketing**

#### **1.1 Fundamentos del plan de marketing digital en empresas turísticas.**

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

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

#### **1.4 Organización y coordinación colaborativa.**

### **UD2 Manejo y utilización del marketing digital en la gestión comercial de empresas turísticas**

#### **2.1 Planificación digital en turismo: herramientas digitales y procesos.**

#### **2.2 Segmentación digital y personalización automatizada en campañas turísticas.**

#### **2.3 Análisis de resultados con métricas y optimización de campañas digitales.**

## **UD3 Investigación comercial y de mercados**

- 3.1** Uso de bases de datos de clientes en la gestión de reclamaciones.
- 3.2** Registro y clasificación de reclamaciones en entornos digitales.
- 3.3** Consulta de reclamaciones mediante bases de datos.
- 3.4** Análisis de patrones de conflicto y prevención basada en datos.
- 3.5** Impacto de la gestión digital de reclamaciones en la fidelización.

## **UD4 Introducción al neuromarketing**

- 4.1** Identificación de patrones emocionales en redes sociales para interactuar digitalmente.
- 4.2** Diseño de contenidos emocionales para compartir información en redes sociales.
- 4.3** Personalización emocional en redes sociales.
- 4.4** Evaluación del impacto emocional a partir de datos.

## **UD5 Venta a través de social media marketing**

- 5.1** Interacción digital en turismo a través de redes sociales.
- 5.2** Tipologías de redes sociales para la interacción digital.
- 5.3** Uso profesional de LinkedIn.
- 5.4** Uso estratégico de las redes sociales más utilizadas.
- 5.5** Uso de herramientas digitales para la gestión de redes sociales.



# COMERCIALIZACIÓN ONLINE DE PRODUCTOS TURÍSTICOS

## OBJETIVO

Aprende a promocionar y vender productos turísticos utilizando canales digitales. Descubre cómo funciona el marketing online en el sector turístico, entenderás el comportamiento del turista digital y sabrás cómo diseñar ofertas atractivas en distintas plataformas.

## PÚBLICO OBJETIVO

PYMES, trabajadores por cuenta ajena, autónomos y estudiantes con contrato en prácticas, siempre que estén vinculados al **sector turístico**.

## DURACIÓN

150 horas

## **UD1 Modelos digitales de comercialización turística**

- 1.1** Productos turísticos: canales y modelos de comercialización.
- 1.2** Intermediarios mayoristas.
- 1.3** Intermediario minorista.

## **UD2 Uso de marketplaces y plataformas de reserva**

- 2.1** Ecosistemas digitales del turismo: del escaparate físico al algoritmo.
- 2.2** Inteligencia artificial en turismo: lectura crítica de las plataformas de reserva.
- 2.3** Evaluación comparativa de plataformas turísticas.
- 2.4** Estrategias de posicionamiento y diferenciación en entornos digitales.
- 2.5** Laboratorio de análisis y crítica digital.

## **UD3 Análisis de datos para estrategias de comercialización**

- 3.1** Introducción al análisis de datos en la comercialización online de productos turísticos.
- 3.2** Herramientas de nivel medio para el análisis de datos.
- 3.3** Alfabetización de datos: cómo leer y comprender los datos relevantes.
- 3.4** La segmentación de mercados a través de los datos.
- 3.5** Aplicación práctica: diseño de estrategias de comercialización online basadas en datos.
- 3.6** Almacenamiento y recuperación eficiente de información turística.

## **UD4** Introducción a las Soft Skills en la Comercialización Online de Productos Turísticos

- 4.1** ¿Qué son las soft skills y por qué son esenciales en el turismo digital?
- 4.2** La negociación digital: estrategias y herramientas para lograr acuerdos efectivos.
- 4.3** Resolución de conflictos en acuerdos comerciales digitales.
- 4.4** Establecimiento de alianzas estratégicas en el turismo digital.
- 4.5** Habilidades de comunicación digital en la comercialización turística.

## **UD5** Competencias específicas: herramientas digitales para comercialización turística

- 5.1** Contenidos visuales y textuales para públicos diversos.
- 5.2** Autonomía en la gestión digital de productos en plataformas clave.
- 5.3** Herramientas de automatización.
- 5.4** Interpretación de datos.



# BASES DE DATOS DE CLIENTELA EN EMPRESAS TURÍSTICAS: SEGMENTACIÓN Y EXPLOTACIÓN COMERCIAL

## OBJETIVO

Aprende a gestionar y aprovechar bases de datos de clientela en el sector turístico. Conoce cómo recopilar, organizar y segmentar la información de tus clientes para diseñar acciones comerciales más efectivas y personalizadas. Además, descubrirás cómo analizar y explotar esos datos para mejorar la fidelización, optimizar tus campañas de marketing y aumentar las oportunidades de venta.

## PÚBLICO OBJETIVO

PYMES, trabajadores por cuenta ajena, autónomos y estudiantes con contrato en prácticas, siempre que estén vinculados al **sector turístico**.

## DURACIÓN

150 horas

## **UD1** Introducción a la gestión de bases de datos para turismo

**1.1** ¿Qué son los datos?

**1.2** Ciencia de datos

**1.3** Bases de datos de clientes

**1.4** Criterios de clasificación de las bases de datos

## **UD2** Segmentación de mercados y análisis de perfiles digitales

**2.1** Búsqueda y filtrado de información en Turismo.

**2.2** Evaluación de la información recopilada y análisis de su fiabilidad.

**2.3** Herramientas digitales para segmentación y análisis de datos turísticos.

## **UD3** Habilidades de resolución de conflictos con clientes

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

**3.2** Registro y clasificación de reclamaciones en entornos digitales.

**3.3** Consulta de reclamaciones mediante bases de datos.

**3.4** Análisis de patrones de conflicto y prevención basada en datos.

**3.5** Impacto de la gestión digital de reclamaciones en la fidelización.

## **UD4** Seguridad y privacidad en el manejo de datos

**4.1** Aplicación normativa: protección legal de los datos personales e identidad digital.

**4.2** Gestión ética de datos personales.

**4.3** Medidas para proteger los dispositivos e infraestructura informática.

## **UD5 Estrategias de segmentación para empresas turísticas**

**5.1** Diseño de estrategias de fidelización basadas en datos segmentados de clientes.

**5.2** Personalización basada en perfiles digitales y análisis predictivo

**5.3** Aplicación creativa de datos de clientela para acciones de fidelización.

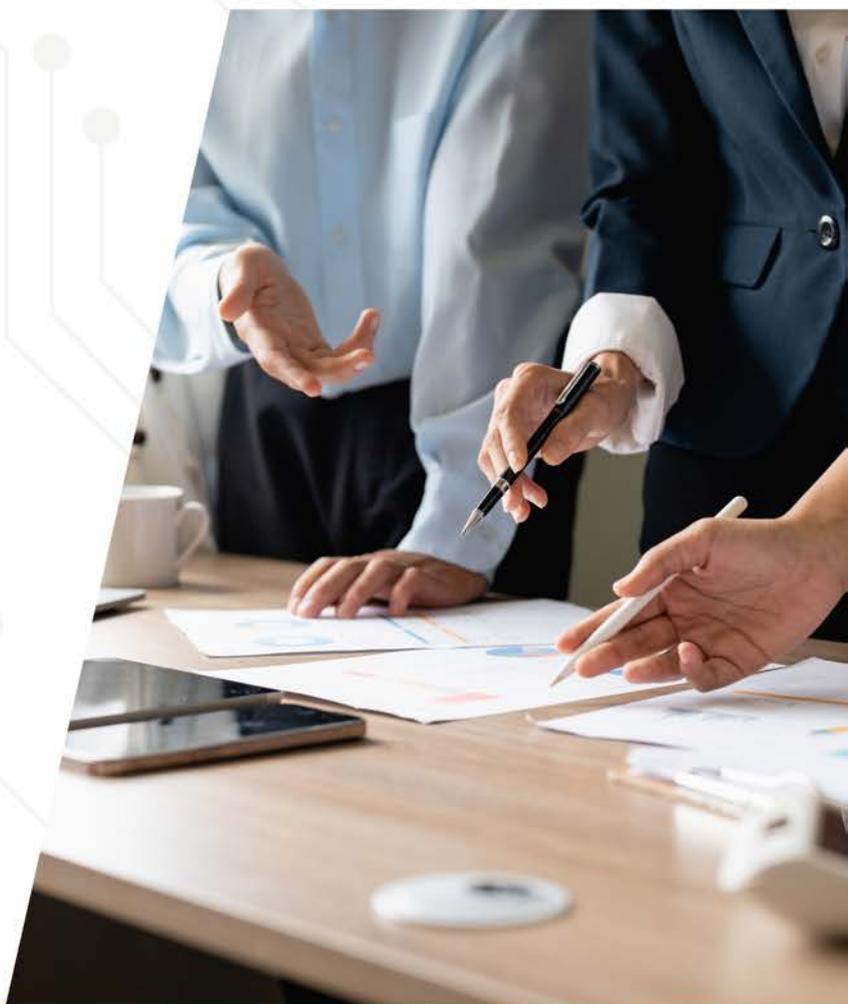
**5.4** Modelado de datos: marco técnico previo

**5.5** Organización y análisis de datos turísticos con Excel para la toma de decisiones.

**5.6** Gestión de bases de datos relacionales con Access para uso comercial en turismo.

**5.7** Integración de herramientas CRM en estrategias de fidelización

**5.8** Evaluación del impacto de las estrategias basadas en datos en empresas turísticas.



# GESTIÓN DE VENTAS, MARKETING DIRECTO Y UTILIZACIÓN DE REDES SOCIALES EN LA GESTIÓN COMERCIAL TURÍSTICA

## OBJETIVO

Aprende a gestionar de forma eficaz las ventas en el sector turístico, utilizando estrategias de marketing directo y redes sociales para conectar con tus clientes. Desarrolla habilidades para planificar acciones comerciales, comunicar ofertas de manera personalizada y aprovechar las plataformas digitales como herramientas clave para aumentar la visibilidad, captar clientes y fidelizar a tu audiencia.

## PÚBLICO OBJETIVO

PYMES, trabajadores por cuenta ajena, autónomos y estudiantes con contrato en prácticas, siempre que estén vinculados al **sector turístico**.

## DURACIÓN

150 horas

## **UD1 Estrategias digitales de marketing directo en turismo**

**1.1 Marketing digital.**

**1.2 Publicidad digital. formatos, procesos y técnicas.**

**1.3 Marketing directo aplicado al turismo: características, estrategias, objetivos y herramientas.**

**1.4 El cliente organiza sus propios viajes.**

## **UD2 Uso de redes sociales para potenciar ventas**

**2.1 Escenarios en los que se mueven las redes sociales.**

**2.2 Redes sociales aplicadas al marketing.**

**2.3 Estrategias de venta en las diferentes redes sociales.**

## **UD3 Liderazgo en proyectos de marketing turístico**

**3.1 Habilidades y tareas de los equipos de marketing especializados en turismo.**

**3.2 Liderazgo en proyectos de marketing de empresas turísticas.**

**3.3 Habilidades en la implementación de campañas de promoción online de destinos y servicios turísticos.**

## **UD4 Monitorización y análisis de resultados digitales**

**4.1 Obtención de datos.**

**4.2 Creación de bases de datos de clientes.**

**4.3 Segmentación de clientes.**

**4.4 Los límites de la ley al tratamiento de datos personales.**

## **UD5** Marketing directo para la captación de clientes turísticos

**5.1** Captación de clientes turísticos.

**5.2** Email marketing turístico: vender experiencias.

**5.3** Otras acciones: marketing de contenidos y remarketing.



# COMPETENCIAS DIGITALES AVANZADAS EN TURISMO II

## OBJETIVO

Amplía tus habilidades digitales aplicadas al sector turístico, con un enfoque en el uso avanzado de herramientas tecnológicas y plataformas digitales. Aprende a optimizar procesos, mejorar la comunicación con los clientes, analizar datos para la toma de decisiones y aplicar soluciones innovadoras que impulsen la competitividad de las empresas turísticas en entornos digitales.

## PÚBLICO OBJETIVO

PYMES, trabajadores por cuenta ajena, autónomos y estudiantes con contrato en prácticas, siempre que estén vinculados al **sector turístico**.

## DURACIÓN

150 horas

## **UD1** Tecnologías emergentes en el sector turístico

- 1.1** Resolución de problemas tecnológicos en el sector.
- 1.2** Exploración y adopción de tecnologías emergentes como IA, blockchain y big data en turismo.

## **UD2** Soft skills: habilidades creativas para la innovación turística

- 2.1** Definición y relevancia de las soft skills en el turismo.
- 2.2** Impacto de las soft skills en la creación de experiencias turísticas innovadoras.
- 2.3** Resolución de problemas y creatividad en el turismo.
- 2.4** Creación de contenidos digitales para la innovación en turismo.
- 2.5** Desarrollo del pensamiento creativo para la innovación turística.
- 2.6** Diseño de soluciones creativas adaptadas a las demandas cambiantes de los turistas.
- 2.7** Creación de nuevos productos turísticos utilizando tecnologías emergentes.

## **UD3** Gestión avanzada de la identidad digital corporativa

- 3.1** Identidad digital corporativa.
- 3.2** Etiqueta electrónica en el ámbito corporativo.
- 3.3** Participación en la ciudadanía digital.
- 3.4** Diseño y manejo de la presencia digital corporativa.

## **UD4** Ciberseguridad avanzada en procesos turísticos

- 4.1** Introducción a la ciberseguridad avanzada en el sector turístico.
- 4.2** Protección de dispositivos y contenidos digitales.
- 4.3** Protección de datos personales y privacidad en entornos digitales.
- 4.4** Implementación de medidas avanzadas de seguridad en turismo.

## **UD5** Transformación Digital en la Gestión Turística

**5.1** Introducción a la resolución de problemas en la gestión digital.

**5.2** Desarrollo de competencias digitales en el turismo.

**5.3** Aplicación de soluciones digitales en el sector turístico.





**COMPETENCIAS  
DIGITALES**

PARA EL SECTOR TURÍSTICO  
EN EXTREMADURA

**PIDE INFORMACIÓN**

**611 54 27 10**

**DIGITALIZATURISMO@CAMARABADAJOZ.ES**

**DIGITALIZATURISMO.CAMARABADAJOZ.ES**



*El turismo*  
**EVOLUCIONA**