

II DIPLOMA DE EXTENSIÓN UNIVERSITARIA DE IMPULSO A LA EDUCACIÓN SUPERIOR EN GESTIÓN EMPRESARIAL DEL TURISMO DIGITAL

TEMARIO

Módulo 1.- Tecnologías aplicadas al e-tourism

Equipo docente:

Aguayo Maldonado, Andrés

Caro Herrero, José Luis

Guevara Plaza, Antonio

Yagüe Valle, M^a Inmaculada

Análisis, evaluación y diseño de sitios web de empresas y destinos turísticos (50 horas):

- Tipologías de sitios web: sitios estáticos y sitios dinámicos
- Estructura de un sitio web
- Recomendaciones de la OMT y la ETC
- Estándares web W3C
- Diseño de un sitio web turístico
- Fases en la creación de un sitio web
- Metodologías para la evaluación de sitios web turístico
- Indicadores de evaluación
- Estructura y sintaxis de los principales lenguajes de programación web y consulta de bases de datos
- Hojas de estilo en cascada CSS
- Introducción a los CMS y su importancia
- Características y definición de los Gestores de Contenido
- Administración de portales web mediante CMS
- Estructura de un CMS
- Instalación de un CMS
- Configuración global de un CMS
- Gestión del contenido en un CMS

Sistemas de gestión de contenidos (CMS): lenguajes de programación y bases de datos (50 horas):

- Introducción a los sistemas de gestión de bases de datos
- Diseño de bases de datos. Formatos. Restricciones
- Utilización de bases de datos. Consultas. Formularios. Informes
- Aplicaciones de bases de datos al turismo
- Intercambio de información entre bases de datos y otras aplicaciones ofimáticas e informáticas de gestión
- Introducción a las bases de datos espaciales aplicadas al turismo
- El uso de bases de datos en sitios web: tecnologías alternativas, conexiones y operaciones básicas

Módulo 2.- Análisis, evaluación y estrategias de promoción de sitios web y redes sociales aplicando las tecnologías de la información y la comunicación

Equipo docente:

Cerezo Medina, Alfonso

González González, Yolanda

Ortega García, Elena

Romero Toro, Salvador

La web corporativa (20 horas):

- Evolución de la web: de la 1.0 a la 4.0: características fundamentales
- ¿Qué quiero que haga mi cliente cuando entra en mi web?
- Taller práctico sobre herramientas TIC para el desarrollo de la promoción online de un sitio web
- Gestores de contenido: Taller práctico de Word Press
- Taller práctico sobre alguna de las herramientas de promoción online de un sitio web (Hubspot, Eloqua, Marketo...)

Estrategia de uso de las redes sociales (20 horas):

- Plataformas y ecosistemas de redes sociales según su funcionalidad
- Estrategias de comunicación en redes sociales
- Diseñar una Estrategia de Social Media

- Talleres prácticos:
 - Taller práctico de Twitter
 - Taller práctico de Instagram
 - Taller práctico de Facebook
 - Taller práctico de LinkedIn
 - Taller práctico de Google Plus
 - Taller práctico de Youtube
 - Taller práctico sobre alguna de las herramientas para gestionar las redes sociales (Hootsuite, SocialOomph, Spreadfast, Everypost, ...)

Posicionamiento en buscadores (20 horas):

- SEO: posicionamiento natural en buscadores
- Los buscadores en el mundo
- Indexación
- SEO on page vs SEO off page
- Link building strategy
- Taller práctico: Google my business
- SEM

Difusión Digital (14 horas):

- A través de e-mail
- Difusión RRSS: Facebook y Twitter
- Taller práctico de LinkedIn e Instagram
- Taller práctico de Facebook y Twitter Ads

Analítica Web (14 horas):

- Pautas para una medición eficaz
- Herramientas de medición: Cuadros de mando y KPI'S
- Monitorización en redes sociales: (Hootsuite, Addictomatic, etc)
- Taller práctico de Google Analytics

Difusión a través de dispositivos móviles (4 horas):

- Promoción a través de dispositivos móviles
- Estrategias para Apps
- Realidad aumentada y códigos QR

Módulo 3.- Gestión empresarial

Equipo docente:

García Mestanza, Josefa

Ortega García, Elena

Peláez Verdet, Antonio

Romero Toro, Salvador

La calidad del servicio (15 horas):

- Expectativas del cliente
- Indicadores de la calidad
- Sistemas de gestión y aseguramiento de la calidad
- La certificación de la calidad

Comunicación corporativa (15 horas):

- La imagen corporativa y la identidad corporativa
- El plan de comunicación de la empresa
- Gestión de la reputación virtual de la empresa

Habilidades directivas (26 horas):

- Motivación del personal y gestión de grupos heterogéneos
- Comunicación interpersonal y liderazgo
- Técnicas de negociación
- Gestión del tiempo
- Gestión de las reclamaciones y atención al público (Prevención del *burnout*)

Práctica Financiera (30 horas):

- Gestión de financiación propia: operaciones de capital y/o reservas
- Gestión de financiación ajena: la negociación bancaria y/o el empréstito
- Gestión del no exigible (ayudas, subvenciones...)
- Gestión de cobros e impagados
- La estrategia de protección patrimonial del empresario
- Técnica de ahorro fiscal

Personal (10 horas):

- Planificación, reclutamiento y selección de personal
- La contratación del personal: seguros sociales y nóminas
- La formación del personal: diseño del plan de formación y formas de financiarlo
- La evaluación del personal y la valoración de tareas
- Los convenios colectivos y las condiciones laborales: salarios, horarios, descansos y demás derechos y obligaciones del trabajador y el empresario.

Módulo 4.- Seguridad

Equipo docente:

Ortega Daza, Juan José

Seguridad en entornos tecnológicos (12 horas):

- Conceptos básicos
- Medidas de protección
- Los ataques y amenazas procedentes del ciberespacio en el sector
- Recursos públicos para el sector turístico en materia de ciberseguridad
- Aspectos legales y jurídicos presentes en el sector de las TIC